



LEEVAL
TECHNOLOGY



ТВ Маркет
продажа рекламного времени

Руководство пользователя компьютерной программы “ТВ Маркет”

*Продажа рекламного времени
на телевизионных каналах*

(версия 1.7.15)

СОДЕРЖАНИЕ:

1. Введение.....	12
1.1. Общие сведения.....	12
1.2. Основные функции Программы	13
1.3. Общие принципы работы	17
1.4. Стандартные команды	18
2. Структура главного окна Программы и базовые операции.....	19
2.1. Элементы главного окна Программы	19
2.2. Пароли пользователей	20
2.3. Список доступных серверов.....	20
2.4. Подключение к серверу	22
2.5. Смена пароля пользователя.....	24
2.6. Смена года выборки.....	25
2.7. Просмотр и редактирование валют	25
2.8. Просмотр и редактирование фильтров	29
2.9. Настройки конфигурации.....	31
2.10. Управление отображением окон Программы	38
2.11. Получение помощи	39
2.12. Автоматическая проверка доступных обновлений	41
3. Работа с телевизионными каналами.....	43
3.1. Создание нового канала.....	44
3.2. Редактирование существующего канала	46
3.3. Смена текущего активного канала	47
3.4. Создание на канале шаблонных телепередач.....	48
3.5. Просмотр существующих на канале шаблонных телепередач	50
3.6. Редактирование шаблонных телепередач.....	51
3.7. Поддержка на канале прайс-листов.....	51
3.8. Просмотр существующих на канале прайс-листов	53
3.9. Создание на канале прайс-листов.....	55
3.10. Редактирование прайс-листов.....	57
4. Работа с телевизионными сетками	58
4.1. Загрузка телевизионной сетки	59
4.2. Масштабирование телесетки по высоте	60
4.3. Отображение в телесетках дней, телепередач и рекламных блоков	62
4.4. Фильтр отображения телевизионной сетки.....	63
4.5. Режим правки телевизионной сетки.....	64
4.6. Создание и редактирование телепередач	66
4.7. Создание и редактирование рекламных блоков.....	71
4.8. Удаление и копирование телепередач и рекламных блоков	76
4.9. Экспорт и импорт телесеток	77
4.10. История изменения телесетки.....	79
4.11. Сохранение телесетки в базе данных.....	83
4.12. Проверка телесетки на соответствие ограничениям по рекламе	84
5. Работа с клиентами	87

5.1. Создание нового клиента.....	88
5.2. Редактирование существующего клиента	89
5.3. Смена текущего активного клиента	90
5.4. Создание в базе данных нового рекламодателя.....	91
5.5. Просмотр существующих рекламодателей	92
5.6. Редактирование существующего рекламодателя.....	93
5.7. Создание в базе данных нового бренда	94
5.8. Просмотр существующих брендов.....	95
5.9. Редактирование существующего бренда	96
5.10. Создание у клиента видеороликов	97
5.11. Просмотр существующих у клиента видеороликов	103
5.12. Редактирование существующего видеоролика	104
5.13. Создание у клиента договоров.....	106
5.14. Просмотр договоров клиента в информационном окне.....	109
5.15. Редактирование существующего договора	110
5.16. Создание у клиента заказов.....	112
5.17. Просмотр заказов клиента в информационном окне.....	123
5.18. Редактирование существующего заказа	125
5.19. Создание у клиента медиапланов	126
5.20. Просмотр медиапланов клиента в информационном окне	129
5.21. Редактирование существующего медиаплана.....	131
5.22. Управление ограничениями медиапланов.....	132
5.23. Просмотр статистики по медиаплану	150
5.24. Фиксация стоимости медиаплана.....	151
5.25. Замена размещённого видеоролика в медиаплане	153
5.26. Снятие размещённого видеоролика в медиаплане	154
6. Работа с таблицами размещения.....	155
6.1. Загрузка таблицы размещения.....	156
6.2. Общий вид таблицы размещения	157
6.3. Фильтр отображения таблицы размещения	159
6.4. Информационная панель таблицы размещения.....	160
6.5. Просмотр содержимого рекламного блока.....	167
6.6. Размещение и снятие видеороликов в рекламных блоках.....	169
6.7. Изменение последовательности видеороликов в рекламном блоке	173
6.8. Редактирование прогнозных рейтингов в таблице размещения	174
6.9. Создание фактических таблиц размещений	177
7. Создание выгрузок и отчётов.....	182
7.1. Создание шаблонов выгрузок	184
7.2. Выгрузка монтажных листов	191
7.3. Выгрузка медиапланов	199
7.4. Выгрузка списка договоров у клиента.....	205
7.5. Выгрузка списка заказов у клиента.....	207
7.6. Выгрузка списка медиапланов у клиента	212
7.7. Выгрузка списка видеороликов у клиента.....	218
7.8. Создание и выгрузка отчёта № 1 по объёмам и стоимостям.....	220

	4
7.9. Создание и выгрузка отчёта № 2 по эфиру	245
7.10. Создание и выгрузка отчёта № 3 по доходам телепередач.....	254
8. Работа с пользователями	262
8.1. Создание в базе данных нового пользователя	263
8.2. Просмотр существующих пользователей.....	265
8.3. Редактирование существующего пользователя	266
8.4. Просмотр и редактирование прав пользователей	267
8.5. Регулирование доступа к серверу.....	270
8.6. Регулирование доступа к таблицам размещения	272
9. Работа с серверной частью Программы.....	276
9.1. Запуск и останов сервера Программы.....	277
9.2. Автоматический повторный старт сервера	277
9.3. Настройка конфигурации сервера	278
9.4. Переменные конфигурации.....	284

УКАЗАТЕЛИ:

Автоматическое генерирование кодов видеороликов.....	287
Автоматическое обновление Программы.....	41
Автоматическое перемешивание видеороликов в блоке	171
Базовая цена заказа.....	116
Бренд.....	88
Валюты	25
Ввод рейтинга в ручном режиме	175
Вертикальный масштаб телесетки.....	60
Видеоролики	88
Вставка шаблонной телепередачи в телесетку	67
Выгрузка медиаплана в файл MS Excel	199
Выделение элементов телесетки.....	65
Группы рекламных блоков	63
Договора.....	88
Дополнительные настройки клиента.....	36
Загрузка таблицы размещения на любую неделю	157
Заказы	88
Закладка меню Администрирование.....	262
Закладка меню Канал	43
Закладка меню Клиент.....	87
Закладка меню Конфигурация	31
Закладка меню Окно	38
Закладка меню Помощь	39
Замена видеоролика в медиаплане	153
Запуск сервера Программы	277
Изменение ограничений у группы медиапланов	148
Изменение рабочих и выходных дней телесетки.....	65
Импорт рейтингов из внешнего файла.....	175

	5
Импорт телесетки из внешнего файла	78
Информационная панель таблицы размещения	160
Информационное окно	109
Информация из рекламного блока таблицы размещения	158
История редактирования телесетки	79
Источники данных для таблиц размещения	177
Клиент	88
Кнопки информационной панели таблицы размещения	164
Коды видеороликов	100, 105, 282, 285
Контроль телесетки на ограничения по рекламе	84
Копирование дня телесетки в другой день	77
Кросс-курсы валют	26
Медиапланы	88
Медиапланы с фиксированной стоимостью	151
Менеджер экспорта	182
Минимальный оплачиваемый хронометраж видеороликов	122, 284
Монтажные листы	192
Настройки клиента	31
Настройки конфигурации сервера	278
Настройки ограничения медиапланов	144
Настройки цветовой схемы	36
Наценки в заказе за фиксацию видеороликов	121
Общие настройки клиента	32
Ограничения медиапланов по умолчанию	145
Ограничения по рекламе	282
Основные функции Программы	13
Останов сервера Программы	277
Отключение от сервера	23
Отображение рейтингов в таблице размещения	175
Отчёт № 1 по объёмам и стоимостям	220
Отчёт № 2 по эфиру	245
Отчёт № 3 по доходам телепередач	254
Панель меню	19
Панель фильтров	19
Подключение к серверу	22
Пользователи Программы	262
Права доступа к серверу	270
Права доступа к таблице размещения	272
Права пользователей	267
Прайс-листы	51
Проверка кода видеоролика на уникальность	105
Проверка телесетки на ограничения по рекламе	84
Прогрессия наценок за фиксацию коротких видеороликов	121, 284
Промежутки PRIMETIME и OFFPRIMETIME	45
Просмотр прайс-листов	53

Просмотр содержимого рекламного блока.....	167
Просмотр списка брендов.....	95
Просмотр списка видеороликов.....	103
Просмотр списка договоров.....	109
Просмотр списка заказов.....	124
Просмотр списка медиапланов.....	129
Просмотр списка пользователей.....	265
Просмотр списка рекламодателей.....	92
Просмотр списка телепередач.....	50
Просмотр статистики по медиаплану.....	150
Рабочая область окна.....	20
Рабочие и выходные дни в телесетках.....	62
Размещение видеоролика в блок.....	170
Регулирование доступа к серверу.....	271
Регулирование доступа к таблице размещения.....	272
Регулирование прав пользователей.....	269
Редактирование бренда.....	96
Редактирование валюты.....	28
Редактирование видеороликов.....	104
Редактирование договора.....	110
Редактирование заказа.....	125
Редактирование канала.....	46
Редактирование классов товаров.....	101
Редактирование клиента.....	89
Редактирование медиаплана.....	131
Редактирование пользователя.....	266
Редактирование рекламного блока в телесетке.....	72
Редактирование рекламодателя.....	93
Редактирование ряда в прайс-листе.....	57
Редактирование телепередачи.....	51
Редактирование телепередачи в телесетке.....	69
Редактирование фактической таблицы размещения.....	178
Редактирование фильтра.....	31
Редактирование фильтра ограничения медиаплана.....	143
Рекламодатель.....	88
Ручное перемешивание видеороликов в блоке.....	173
Ручное сохранение таблицы размещения.....	171
Сервер не доступен!.....	23
Сервер ТВ Маркет.....	276
Скидки для заказа.....	117
Смена пароля пользователя.....	24
Смена текущего активного года выборки.....	25
Смена текущего активного канала.....	47
Смена текущего активного клиента.....	90
Снятие размещённого видеоролика в рекламном блоке.....	172

	7
Создание группы рекламных блоков в телесетке	73
Создание и редактирование телесетки	64
Создание нового бренда	94
Создание нового видеоролика	97
Создание нового договора	106
Создание нового заказа	112
Создание нового канала	44
Создание нового клиента	88
Создание нового медиаплана	126
Создание нового пользователя	263
Создание нового рекламодателя	91
Создание нового рядка в прайс-листе	55
Создание нового фильтра	31
Создание нового фильтра ограничения медиаплана	133
Создание новой валюты	27
Создание новой шаблонной телепередачи	48
Создание новой шаблонной телепередачи в телесетке	71
Создание рекламного блока в телесетке	71
Создание телепередачи в телесетке	67
Сохранение телесетки на сервере	83
Список доступных серверов	20
Стандартные команды	18
Статусная панель	20
Схемы вытеснения видеороликов	280
Таблица размещения	155
Телевизионная сетка	58
Телепередачи в телесетках	62
Термины в Программе	88
Удаление всего дня из телесетки	77
Удаление рекламного блока из телесетки	76
Удаление телепередачи из телесетки	76
Условия прайс-листа	52
Фактические таблицы размещения	177
Фильтр отображения таблицы размещения	159
Фильтр отображения телесетки	63
Фильтры	29
Формула фильтра ограничения медиаплана	134
Шаблон выгрузки медиаплана	200
Шаблон выгрузки монтажного листа	193
Шаблон выгрузки отчёта № 1 в разрезе заказов	224
Шаблон выгрузки отчёта № 1 в разрезе медиапланов	231
Шаблон выгрузки отчёта № 1 в разрезе телепередач	238
Шаблон выгрузки отчёта № 2 по эфиру	247
Шаблон выгрузки отчёта № 3 по доходам телепередач	256
Шаблон выгрузки списка видеороликов	218

Шаблон выгрузки списка договоров	206
Шаблон выгрузки списка заказов	208
Шаблон выгрузки списка медиапланов	213
Шаблонные телепередачи	48
Шаблоны выгрузок в MS Excel	184
Экспорт телесетки во внешний файл	78

СПИСОК ИЛЛЮСТРАЦИЙ:

Рисунок 1. После запуска программы	19
Рисунок 1.1. Редактирование списка доступных серверов	21
Рисунок 2. Подключение к серверу	22
Рисунок 3. Подключение к серверу через панель меню	23
Рисунок 3.1. Ошибка установки соединения с сервером	24
Рисунок 4. Смена пароля пользователя	25
Рисунок 4.1. Окно валют	26
Рисунок 4.2. Создание новой валюты	27
Рисунок 4.3. Редактирование существующей валюты	28
Рисунок 4.4. Окно фильтров	29
Рисунок 4.5. Окно фильтров с фильтрами ограничения медиапланов	30
Рисунок 5. Закладка меню «Конфигурация»	32
Рисунок 5.1. Общие настройки клиента	33
Рисунок 5.2. Дополнительные настройки клиента	35
Рисунок 5.3. Настройки цветовой схемы Программы	37
Рисунок 5.4. Изменение цвета элемента цветовой схемы Программы	38
Рисунок 6. Закладка меню «Окно»	39
Рисунок 6.1. Закладка меню «Помощь»	40
Рисунок 6.2. Доступные обновления	41
Рисунок 6.3. Автоматическое обновление при установке соединения	42
Рисунок 6.4. Сообщение о наличии новой версии Программы	43
Рисунок 7. Закладка меню «Канал»	44
Рисунок 8. Создание нового канала	45
Рисунок 9. Окно редактирования канала	46
Рисунок 10. Смена текущего активного канала	47
Рисунок 10.1. Создание шаблонной телепередачи	49
Рисунок 10.2. Окно телепередач	50
Рисунок 10.3. Редактирование шаблонной телепередачи	51
Рисунок 10.4. Пустое окно прайс-листов	54
Рисунок 10.5. Содержимое прайс-листа	55
Рисунок 10.6. Добавление нового ряда в прайс-лист	56
Рисунок 10.7. Создание ряда прайс-листа по образцу	57
Рисунок 10.8. Редактирование ряда в прайс-листе	58
Рисунок 11. Телевизионная сетка	59
Рисунок 11.1. Фильтр отображения телевизионной сетки	64
Рисунок 12. Редактор создания телепередачи	66

Рисунок 13. Вставка в редактор шаблонной телепередачи	67
Рисунок 14. Редактирование телепередачи в телесетке	68
Рисунок 14.1. Вставка похожей телепередачи при редактировании	69
Рисунок 14.2. Создание шаблонной телепередачи из телесетки.....	70
Рисунок 15. Редактор создания рекламного блока	71
Рисунок 15.1. Редактирование рекламного блока.....	73
Рисунок 15.2. Присоединение рекламного блока к группе блоков.....	74
Рисунок 15.3. Изменение статуса рекламного блока.....	75
Рисунок 15.4. Подтверждение на удаление рекламного блока из телесетки.....	76
Рисунок 16. Экспорт телесетки.....	77
Рисунок 16.1. Импорт телесетки.....	78
Рисунок 16.2. Команды меню истории изменения телесетки	79
Рисунок 16.3. Окно истории телесетки	80
Рисунок 16.4. Настройка положения окна истории телесетки	81
Рисунок 16.5. Просмотр промежуточного состояния телесетки.....	82
Рисунок 17. Окно предупреждения	83
Рисунок 17.1. Проверка телесетки на ограничения по рекламе	85
Рисунок 17.2. Результат проверки телесетки на ограничения по рекламе.....	86
Рисунок 18. Закладка меню «Клиент»	87
Рисунок 19. Создание нового клиента	89
Рисунок 20. Редактирование существующего клиента	90
Рисунок 21. Смена активного клиента.....	91
Рисунок 21.1. Создание нового рекламодателя	92
Рисунок 21.2. Окно рекламодателей	93
Рисунок 21.3. Редактирование существующего рекламодателя	94
Рисунок 21.4. Создание нового бренда	95
Рисунок 21.5. Окно брендов.....	96
Рисунок 21.6. Редактирование существующего бренда.....	97
Рисунок 22. Создание у клиента нового видеоролика	98
Рисунок 22.1. Создание рекламодателя при создании видеоролика	99
Рисунок 22.2. Создание бренда при создании видеоролика	100
Рисунок 23. Редактирование классов товаров.....	102
Рисунок 24. Окно видеороликов.....	103
Рисунок 25. Редактирование информации о видеоролике.....	104
Рисунок 25.1. Проверка кода видеоролика на уникальность	105
Рисунок 25.2. Проверка используемого кода видеоролика на уникальность...	106
Рисунок 26. Создание нового договора	107
Рисунок 27. Выбор даты создания договора	108
Рисунок 28. Создание новой валюты из формы создания договора.....	109
Рисунок 29. Информационное окно	110
Рисунок 30. Редактирование существующего договора	111
Рисунок 31. Создание нового заказа	112
Рисунок 31.1. Создание заказа GRP	113
Рисунок 31.2. Закладка «Объём» формы создания заказа	115
Рисунок 31.3. Закладка «Баз. цена» формы создания заказа	116

	10
Рисунок 31.4. Закладка «Скидки» формы создания заказа.....	117
Рисунок 31.5. Добавление скидки к заказу.....	118
Рисунок 31.6. Удаление скидки в заказе.....	119
Рисунок 31.7. Закладка «Цена» формы создания заказа	120
Рисунок 31.8. Закладка «Наценки за фиксацию» формы создания заказа.....	121
Рисунок 31.9. Закладка «Прогрессия наценок» формы создания заказа.....	122
Рисунок 31.10. Закладка «Мин. хронометраж» формы создания заказа.....	123
Рисунок 32. Просмотр заказов для выделенного договора.....	124
Рисунок 32.1. Детальная информация о выделенном заказе	125
Рисунок 33. Редактирование информации о заказе	126
Рисунок 34. Создание нового медиаплана.....	127
Рисунок 34.1. Редактирование списка видеороликов в медиаплане.....	128
Рисунок 35. Просмотр медиапланов для выделенного заказа.....	130
Рисунок 35.1. Детальная информация о выделенном медиаплане	131
Рисунок 35.2. Редактирование информации о медиаплане	132
Рисунок 36. Создание фильтра ограничения медиапланов	133
Рисунок 36.1. Вставка значения параметра из списка.....	142
Рисунок 36.2. Подсказка об интерпретации условия фильтра	143
Рисунок 36.3. Редактирование фильтра ограничения медиапланов	144
Рисунок 36.4. Редактирование настроек ограничения медиапланов	145
Рисунок 36.5. Выбор области применения ограничений	146
Рисунок 36.6. Задание исключений в применении ограничений.....	147
Рисунок 36.7. Пакетная установка / замена ограничений.....	148
Рисунок 36.8. Замена действующего фильтра.....	149
Рисунок 37. Отображение статистики по медиаплану	151
Рисунок 37.1. Фиксация стоимости медиаплана.....	152
Рисунок 37.2. Приведение медиаплана к расчётной стоимости	153
Рисунок 37.3. Замена видеоролика	154
Рисунок 37.4. Снятие видеоролика.....	155
Рисунок 38. Таблица размещения.....	156
Рисунок 38.1. Фильтр отображения таблицы размещения	160
Рисунок 38.2. Информационная панель таблицы размещения	161
Рисунок 38.3. Закладка «Инфо» в информационной панели.....	163
Рисунок 38.4. Закладка «Фильтр» в информационной панели	164
Рисунок 38.5. Подсветка рекламных блоков с вытеснением Npr	166
Рисунок 38.6. Подсветка рекламных блоков с конфликтами размещения	167
Рисунок 38.7. Отображение чужих видеороликов в рекламном блоке	168
Рисунок 38.8. Размещение нового видеоролика в рекламный блок	169
Рисунок 39. Результат размещения видеоролика в блоке.....	170
Рисунок 39.1. Содержимое закладки «Инфо» при размещении видеороликов	171
Рисунок 39.2. Подтверждение информации об объёмах и стоимости	172
Рисунок 39.3. Перемещение видеоролика на новую позицию в блоке	173
Рисунок 39.4. Рекламный блок с конфликтом разведения видеороликов	174
Рисунок 39.5. Редактирование прогнозного рейтинга рекламного блока.....	175
Рисунок 39.6. Импорт рейтингов из файла MS Excel.....	176

	11
Рисунок 40. Режим фактической таблицы размещения	178
Рисунок 41. Создание фактического дня в таблице размещения.....	179
Рисунок 42. Пустой фактический день в таблице размещения.....	180
Рисунок 43. Копия прогнозного дня в таблице размещения	181
Рисунок 44. Окно менеджера экспорта вместо статусного окна	183
Рисунок 45. Создание монтажного листа	191
Рисунок 46. Параметры создания монтажного листа.....	192
Рисунок 47. Выгрузка медиаплана	200
Рисунок 48. Экспорт списка договоров в файл MS Excel.....	206
Рисунок 49. Экспорт списка заказов в файл MS Excel.....	208
Рисунок 50. Экспорт списка медиапланов в файл MS Excel	212
Рисунок 51. Экспорт списка видеороликов в файл MS Excel	218
Рисунок 52. Форма отчёта № 1 по объёмам и стоимостям.....	221
Рисунок 53. Пример формирования отчёта № 1	222
Рисунок 54. Результат выполнения отчёта № 1	223
Рисунок 55. Форма отчёта № 2 «Выгрузка по эфиру»	246
Рисунок 56. Форма отчёта № 3 «Доходы телепередач».....	255
Рисунок 57. Закладка меню «Администрирование»	262
Рисунок 58. Создание нового пользователя	264
Рисунок 59. Окно пользователей	265
Рисунок 60. Редактирование существующего пользователя.....	266
Рисунок 61. Форма прав пользователей.....	269
Рисунок 62. Форма регулирования доступа к серверу	271
Рисунок 63. Форма регулирования доступа к таблице размещения.....	273
Рисунок 64. Ограничение доступа к таблице размещения по датам	274
Рисунок 65. Ограничение доступа к таблице размещения по времени.....	275
Рисунок 66. Настройка конфигурации сервера.....	279
Рисунок 67. Редактирование ограничений по рекламе	283

СПИСОК ФОРМУЛ:

Формула 1.1. Расчёт взвешенного рейтинга пропорционально	114
Формула 1.2. Расчёт взвешенного рейтинга с коэффициентом	114
Формула 2. Расчёт фактического рейтинга телепередачи	181

1. Введение

Данное руководство содержит непосредственные инструкции по использованию клиентского и серверного модуля компьютерной программы «ТВ Маркет» (далее по тексту – Программы) и соответствует версии программы «ТВ Маркет» v.1.7.15 (релиз от 11.02.2015).

Изменения в Программе, которые могут появляться в дальнейшем, будут описаны в соответствующей сопроводительной документации к её новым версиям.

1.1. Общие сведения

Компьютерная программа «ТВ Маркет» предназначена для создания комфортных условий работы в сфере организации продажи рекламного времени на телевизионных каналах.

Программа работает под управлением операционных систем семейства Windows и состоит из двух независимых компонентов: серверной части (TVM Server) и клиентской части (TVM Client). Серверная и клиентская части взаимодействуют между собой через локальную компьютерную сеть или глобальную сеть Интернет на основе сетевого протокола TCP/IP.

Серверная часть Программы предназначена для обслуживания специализированной базы данных, хранящей информацию о продажах рекламного времени на телевизионных каналах, а также управления доступом к этой базе данных зарегистрированных пользователей.

Клиентская часть Программы предназначена для предоставления зарегистрированным пользователям необходимого интерфейса для работы с базой данных, находящейся на сервере. При этом, до установки соединения с сервером основные функции клиентской части не доступны. После установки такого соединения, в зависимости от уровня доступа пользователя, который осуществил соединение, и типа используемого модуля Программы ему становятся доступны определённые функции Программы (например, просмотр информации в удалённой базе данных, её редактирование и т.п.), действующие до момента разрыва соединения с сервером.

Модуль Программы может быть одного из двух типов: административным (полным) или клиентским (усечённым). Клиентский тип модуля отличается от административного типа тем, в нём физически отсутствуют блоки по работе с каналами и администрированию системы (закладки меню «Канал» и «Администрирование»). Он предназначен для использования теми клиентами, которые ограничены в своих действиях в Программе только размещением рекламы в эфире. Это, как правило, удалённые рекламные агентства.

Дальнейшее описание ориентировано в первую очередь на административный тип модуля, как полнофункциональную версию Программы.

1.2. Основные функции Программы

Программа обеспечивает выполнение следующих основных функций:

- подключение к удалённой базе данных с использованием локальной компьютерной сети или глобальной сети Интернет;
- создание в базе данных системы целевых аудиторий, используемых в Программе;
- создание в базе данных системы жанров телепередач, используемых в Программе;
- создание в базе данных системы скидок и наценок для заказов, используемых в Программе;
- создание в базе данных системы прогрессивных наценок, используемых в Программе, за фиксацию коротких видеороликов на разных фиксированных позициях;
- создание в базе данных системы минимальных оплачиваемых хронометражей видеороликов для разных типов рекламных блоков, используемых в Программе;
- создание, редактирование и сохранение в базе данных телевизионных каналов с указанием времени начала ежедневного вещания, основной и дополнительных целевых аудиторий, а также до 8 промежутков времени OFFPRIMETIME и PRIMETIME отдельно для рабочих и выходных дней недели;
- создание, редактирование и сохранение в базе данных клиентов, от имени которых происходит размещение видеороликов в телевизионных сетках;
- создание, редактирование и сохранение в базе данных валют, используемых в расчётах стоимости рекламы с указанием основной валюты, дополнительных валют и их кросс-курсов по отношению к основной валюте;
- создание, редактирование и сохранение в базе данных классов рекламируемых товаров, структурированных в виде дерева;
- создание, редактирование и сохранение в базе данных фильтров ограничения медиапланов (глобальных – доступных на всех телеканалах, или локальных – доступных на одном конкретном телеканале), содержащих комбинации условий, запрещающих или разрешающих размещение рекламных видеороликов в телевизионных сетках;
- создание, редактирование и сохранение в базе данных стандартных телепередач выбранного телевизионного канала с указанием их жанра, продолжительности, ориентировочных дней и времени выхода в эфир;
- создание, редактирование и сохранение в базе данных прайс-листов со стоимостью рекламного времени в существующих телепередачах при различных условиях размещения по типу Spot-minute и выхода этих телепередач в эфир;
- создание, редактирование и сохранение в базе данных телевизионной сетки выбранного канала на указанную неделю, в том числе со вставкой в

неё телепередач из базы данных, а также указанием рабочих и выходных дней недели;

- создание, редактирование и сохранение внутри телевизионных сеток внутрипрограммных и межпрограммных вставок (рекламных блоков) отдельно по категориям коммерческой, социальной, политической, региональной рекламы, спонсорской заставки, партнёра показа, анонса, логотипа, баннера, бегущей строки или устного объявления с указанием времени их выхода в эфир и продолжительности;
- объединение последовательности рекламных блоков в телевизионных сетках в группы рекламных блоков с указанием основного рекламного блока в группе, а также серии присоединённых рекламных блоков до основного и после основного рекламного блока;
- создание, редактирование и сохранение в базе данных информации о рекламодателях, используемых в Программе;
- создание, редактирование и сохранение в базе данных информации о брендах товаров, используемых в Программе;
- создание, редактирование и сохранение в базе данных информации о доступных видеороликах клиентов с указанием названия и версии видеоролика, его хронометража, класса рекламируемого товара, типа рекламного блока, в котором может использоваться видеоролик (коммерческая реклама, социальная реклама, политическая реклама, региональная реклама, спонсорская заставка, партнёр показа, анонс, логотип, баннер, бегущая строка или устное объявление), рекламодателя и до 3 брендов, с которыми связан видеоролик, условного кода видеоролика и пользовательского комментария;
- создание, редактирование и сохранение в базе данных информации о договорах на размещение рекламы с указанием названия, даты вступления в силу, валюты договора, его бюджета и доли;
- создание, редактирование и сохранение в базе данных в рамках выбранного договора на размещение рекламы совокупности заказов с указанием для каждого названия заказа, телеканала, к которому привязан заказ, пользовательского комментария к заказу, целевой аудитории, типа размещения по заказу (GRP, Spot или Spot-minute), сроков действия заказа, возможности вытеснения видеороликов на различных фиксированных позициях, метода расчёта взвешенного рейтинга (только для заказов типа GRP: пропорция или коэффициент), класса вытеснения (только для заказов типа Spot или Spot-minute: вытеснение по Spot, Fix, Float или Npr), даты прайс-листа (только для заказов типа Spot-minute), максимальных объёмов заказа (в том числе по отдельным классам размещения для заказов типа GRP: Fix, Float и Npr), факультативного минимального объёма заказа, минимального рейтинга заказа (только для заказов типа GRP), базовой цены заказа (единой базовой цены или отдельных цен на промежутки OFFPRIMETIME и PRIMETIME, в том числе по отдельным классам размещения для заказов типа GRP: Fix, Float и Npr), серии скидок и наценок, применяемых к заказу, а также наценок

за фиксацию видеороликов на позициях +1F, +2F, +3F (первый, второй, третий с начала) и 1B+, 2B+, 3B+ (первый, второй, третий с конца);

- создание, редактирование и сохранение в базе данных в рамках выбранного заказа совокупности медиапланов на размещение рекламы с указанием для каждого медиаплана названия, планируемых объёмов размещения, входящих в него видеороликов данного клиента с условным весом для каждого, а также факультативного фильтра ограничения, применяемого к данному медиаплану;
- поддержку в базе данных прогнозных и фактических таблиц размещения на каждую неделю каждого телеканала;
- ручное редактирование и пакетное втягивание из внешних файлов формата электронных таблиц MS Excel в прогнозные таблицы размещения рейтингов GRP по разным целевым аудиториям;
- размещение в прогнозной таблице размещения доступных видеороликов в рамках выбранного медиаплана на указанном канале в указанный интервал времени с указанием класса размещения Fix, Float, Npr или Spot с возможностью фиксации позиции в рекламном блоке (первый, второй, третий с начала и первый, второй, третий с конца);
- автоматическое перемешивание видеороликов в прогнозных таблицах размещения в рекламных блоках «Коммерческая реклама», «Социальная реклама», «Политическая реклама», «Региональная реклама» и «Партнёр показа» (разведение по одинаковым видеороликам, классам товаров и рекламодателям);
- ручную перестановку размещённых видеороликов в рекламном блоке прогнозной таблицы размещения в требуемом порядке (при наличии у пользователя соответствующих прав доступа);
- пакетную замену размещённого видеоролика в прогнозной таблице размещения в рамках выбранного медиаплана на другой видеоролик этого медиаплана в указанный промежуток времени;
- пакетное снятие размещённого видеоролика в прогнозной таблице размещения в рамках выбранного медиаплана в указанный промежуток времени;
- создание фактических таблиц размещения на основе прогнозных или пустых таблиц при помощи функций ручной корректировки таблицы размещения;
- подсветку в таблице размещения рекламных блоков, содержащих указанный медиаплан или указанный видеоролик, содержащих видеоролики с указанным типом вытеснения (Spot, Fix, Float или Npr), в том числе в рамках указанного медиаплана или указанного видеоролика, содержащих видеоролики с конфликтами фиксации или конфликтами разведения;
- просмотр ежемесячной статистики объёмов размещения указанного медиаплана в разрезе по промежуткам времени телевизионного вещания

в 1, 2, 3, 4, 6, 8, 12 и 24 часа по 3 источникам данных («Только прогноз», «Только факт», «Факт или прогноз»);

- принудительную фиксацию стоимости медиаплана в фактических и прогнозных таблицах размещения на указанном значении, просмотр для выбранного медиаплана его фиксированной и расчётной стоимости;
- выгрузку информации о размещениях указанного медиаплана в течение заданного месяца во внешний файл формата электронных таблиц MS Excel на основе настраиваемого пользовательского шаблона;
- создание монтажного листа на любой день на указанном канале с выгрузкой его во внешний файл формата электронных таблиц MS Excel на основе настраиваемого пользовательского шаблона с указанием источника данных («Только прогноз», «Только факт», «Факт или прогноз») и значений хронометража начальных и конечных шапок, а также скрепок-перебивок отдельно для каждого из поддерживаемых типов рекламных блоков;
- сохранение и загрузку параметров монтажных листов по умолчанию для каждого из имеющихся телеканалов;
- создание отчётов по объёмам и стоимости размещения за любой промежуток времени по комбинации заданных условий (до 18 условий одновременно) с указанием источника данных («Только прогноз», «Только факт», «Факт или прогноз») и возможностью выгрузки отчёта в развёрнутом виде во внешний файл формата электронных таблиц MS Excel на основе настраиваемого пользовательского шаблона в разрезе заказов, медиапланов или телепередач;
- выгрузку эфира во внешний файл формата электронных таблиц MS Excel на основе настраиваемого пользовательского шаблона с указанием источника данных («Только прогноз», «Только факт», «Факт или прогноз»), диапазона дат, комбинации типов рекламных блоков и типа выборки (в течение всего дня, только в промежутках PRIMETIME, только в промежутках OFFPRIMETIME);
- выгрузку отчёта о доходах телепередач во внешний файл формата электронных таблиц MS Excel на основе настраиваемого пользовательского шаблона с указанием источника данных («Только прогноз», «Только факт», «Факт или прогноз») и до 13 факультативных условий выборки;
- выгрузку списков имеющихся в базе данных договоров, заказов, медиапланов и видеороликов во внешний файл формата электронных таблиц MS Excel на основе настраиваемых пользовательских шаблонов;
- создание, редактирование и сохранение в базе данных информации о зарегистрированных в системе пользователях, их статусе, правах в системе и факультативной привязкой к одному или нескольким клиентам;
- управление расписанием доступа к серверной части программы по диапазону времени для разных категорий пользователей и отдельных пользователей;

- управление возможностью размещения видеороликов в телевизионных сетках по датам (общие ограничения, ограничения по отдельным каналам и ограничения по отдельным заказам) и по времени в течение суток (общие ограничения и ограничения по отдельным каналам) отдельно для разных классов вытеснения (Spot, Fix, Float или Npr);
- настройку внешнего вида пользовательского интерфейса индивидуально под каждую копию клиентской части Программы;
- поддержку работы Программы с несколькими базами данных через один клиентский модуль (при помощи редактирования списка доступных серверов);
- поддержку 4 схем вытеснения видеороликов при конкурентном размещении (Конкуренция по классам, Конкуренция по классам и стоимости, Конкуренция по ценам и классам, Конкуренция по ценам), которая устанавливается на сервере для всей сети;
- поддержку настраиваемой точности рейтингов, в знаках после запятой (до 6 знаков включительно), которая устанавливается на сервере для всей сети;
- возможность автоматического генерирования кодов видеороликов при добавлении новых видеороликов в базу данных, контроль за уникальностью и обязательностью этих кодов, который устанавливается на сервере и действует для всей сети;
- контроль и предупреждение о выходе за максимальные объёмы рекламы в определённые диапазоны времени (законодательные ограничения) при редактировании телесетки, которые устанавливаются на сервере для всей сети (до 8 одновременно действующих условий законодательных ограничений);
- поддержку автоматического обновления клиентских версий Программы до новых версий.

1.3. Общие принципы работы

Программа «ТВ Маркет» разработана на основе определённых стандартов, что позволило унифицировать наиболее часто применяемые действия во всех окнах. Это касается таких действий, как вход и выход из окна, переходы в режим редактирования, сохранение информации, поиск (фильтрация) данных, регистрация и выход из Программы и т.п.

Изучение общих правил использования интерфейса позволяет значительно повысить эффективность и простоту работы с Программой.

Пользовательский интерфейс Программы предоставляет широкие возможности просматривать, искать, группировать и сортировать данные. Поэтому работа в среде «ТВ Маркет» требует определённых навыков и умений. Далее будут изложены основные приёмы работы, которые помогут пользователю овладеть возможностями интерфейса Программы.

1.4. Стандартные команды

Для того, чтобы выйти из Программы в операционную систему, достаточно выбрать на панели меню закладку «База» – пункт «Выход» либо нажать в главном окне Программы стандартную кнопку закрытия окна в Windows-среде , расположенную в верхнем углу главного окна Программы, либо нажать горячую клавишу выхода – «F10».

Состояние полей, при котором пользователь не может осуществить ввод информации, а может только просматривать её, называется состоянием «просмотра». В состоянии просмотра поля становятся серыми, и они не доступны для редактирования.

Состояние полей, при котором пользователь может осуществлять ввод информации, называется состоянием «редактирования». В таком состоянии поля изменяют свой цвет (при стандартных настройках Windows они становятся белого цвета) и при щелчке левой кнопкой мыши в них появляется мигающий курсор.

Для выбора пункта меню необходимо переместить курсор на соответственный пункт меню и нажать левую кнопку мыши.

Большинство пунктов меню имеет горячие комбинации клавиш, нажатие на которые эквивалентно выбору соответствующего пункта меню. Допустимая комбинация горячих клавиш подписана справа от названия каждого пункта меню.

Для сохранения каких-либо изменений нужно нажать кнопку «Сохранить».

Для отмены результатов внесения каких-либо изменений (выход без сохранения) необходимо нажать кнопку «Отмена» или клавишу Esc на клавиатуре.

Основные стандартные команды Программы:

- «Создать», «Добавить» (горячая комбинация Ctrl+N) – вызывает дополнительное диалоговое окно (форму) регистрации нового вида информации (например, создание нового клиента, договора, заказа и т.п.);
- «Редактировать» (горячая комбинация Ctrl+E) – вызывает диалоговое окно редактирования выбранного вида информации (например, выбранного клиента, выделенного ряда договора, заказа и т.п.);
- «Смотреть» (горячие комбинации различны для разных окон) – выводит информацию из базы данных по указанной тематике в виде таблицы;
- «Сортировка» (щелчок левой кнопкой мыши на заголовке колонки таблицы) – осуществляет сортировку содержимого таблицы по указанной колонке в порядке возрастания / убывания. Порядок сортировки изменяется при повторном щелчке левой кнопкой мыши на заголовке текущей колонки.

2. Структура главного окна Программы и базовые операции

После запуска Программы на экране монитора появляется рабочее окно, которое состоит из следующих элементов (см. рис. 1): 1 – панель меню, 2 – панель фильтров, 3 – рабочая область, 4 – статусная панель.

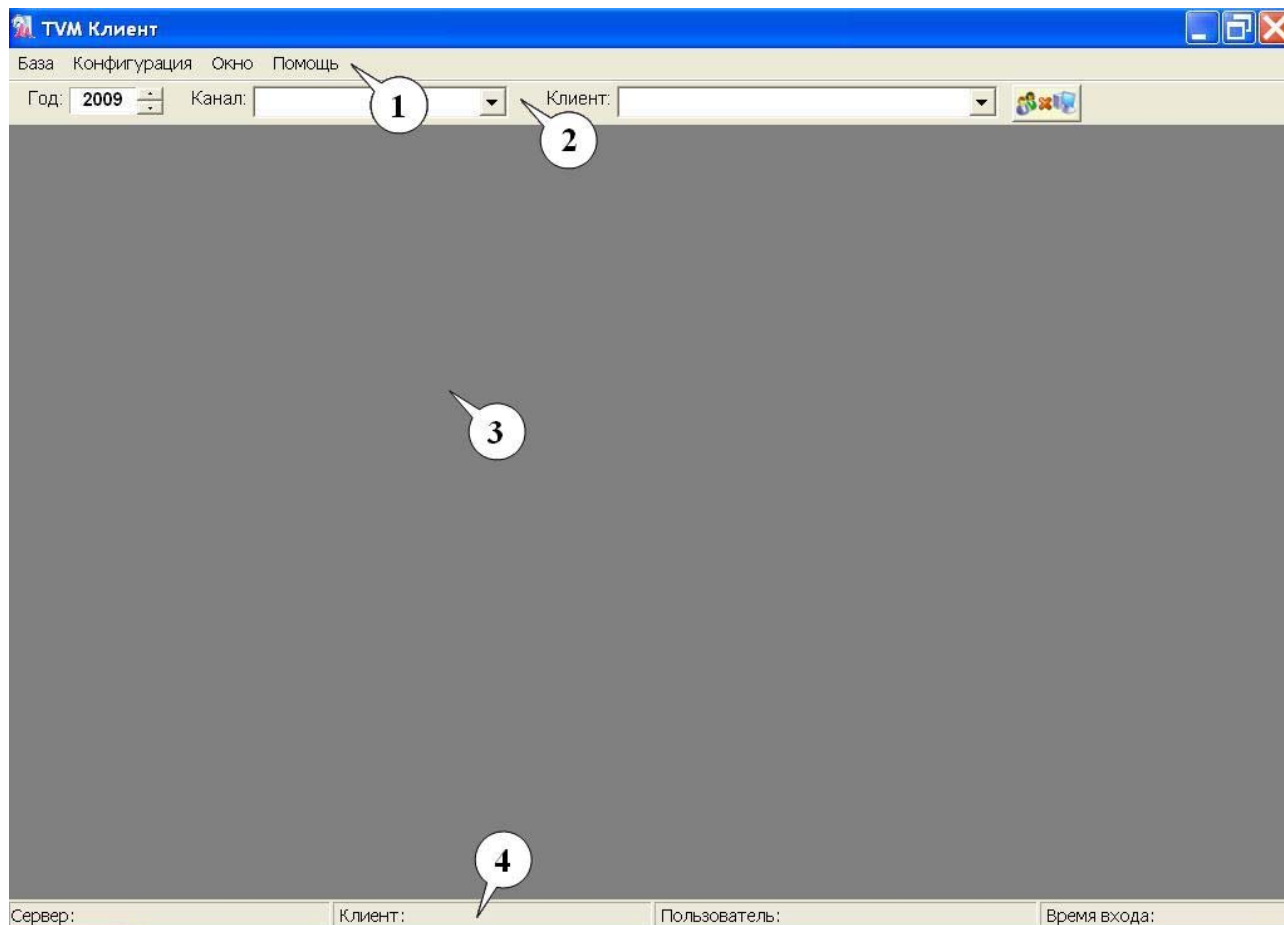


Рисунок 1. После запуска программы

2.1. Элементы главного окна Программы

Панель меню представляет собой определённую совокупность вкладок, количество которых может изменяться после подключения клиентского модуля к серверу в зависимости от объёма прав доступа пользователя.

Минимальная панель меню (до подключения к серверу) состоит из закладок «База», «Конфигурация», «Окно» и «Помощь». При наличии у пользователя более широких прав доступа, после подключения к серверу на панели меню могут отображаться дополнительные закладки «Клиент», «Канал» и «Администрирование». При этом, закладки «Канал» и «Администрирование» доступны только в административном типе модуля Программы.

Панель фильтров позволяет отбирать необходимую информацию по определённым критериям, таким как, год, канал и клиент. Также на этой панели находится кнопка соединения с сервером Системы, которая имеет вид ,

когда соединение с сервером отсутствует, или  при наличии такого соединения.

Рабочая область окна представляет собой пространство, где открываются все дополнительные окна Программы (таблицы, формы). Основными окнами Программы, которые могут открываться независимо друг от друга в её рабочей области, являются: окно телесетки, окно таблицы размещения, информационное окно (договоров / заказов / медиапланов), окно видеороликов, окно телепередач, окно прайс-листов, окно валют, окно фильтров, окно рекламодателей, окно брендов и окно пользователей.

Статусная панель отображает информацию о сервере, с которым установлено соединение, пользователя, от имени которого установлено соединение с базой данных, времени его подключения к серверу, а также названии клиента, к которому принадлежит пользователь.

Если пользователь принадлежит к нескольким клиентам одновременно, то в статусной панели отображается только первый из них, а за его названием следует запятая и многоточие.

2.2. Пароли пользователей

Одним из ключевых принципов работы с Программой есть предоставление доступа к базе данных только зарегистрированным пользователям на основе уникального имени (логина) и индивидуального секретного пароля.

Поэтому перед началом работы с базой данных каждому новому пользователю необходимо получить у администратора регистрационное имя (логин) и пароль, которые он будет использовать во время работы в среде «ТВ Маркет».

Как правило, при создании нового пользователя администратор предоставляет ему временный пароль (возможно, очень короткий и простой).

Этот временный пароль пользователю рекомендуется при первом подключении к серверу сменить более надёжным паролем (не менее 6 символов).

В самой базе данных пароли пользователей хранятся в преобразованном виде, который не допускает возможности их обратного восстановления. Поэтому после смены пользователем своего пароля никто из администраторов системы или других пользователей не сможет получить его.

Таким образом, каждый пользователь несёт персональную ответственность за сохранность своего пароля во избежание несанкционированного доступа к базе данных сервера от его имени.

2.3. Список доступных серверов

Перед началом работы в Программе пользователю необходимо создать список доступных серверов для дальнейшей работы, что можно сделать с

помощью закладки «Настройки сервера...» пункта «Конфигурация» на панели меню либо с помощью комбинации горячих клавиш «Ctrl+I» (см. рис 1.1).

В раскрывшейся в ответ на это действие форме необходимо выбрать сервер «Тест», нажать кнопку «Изменить», после чего в нижних полях ввести условное название сервера (например, «Максимум Эдвертайзинг»), его IP-адрес и порт соединения. Нажав кнопку «Сохранить», можно записать введенные изменения.

При необходимости в этой форме также можно добавить совершенно новый сервер, для чего необходимо нажать кнопку «Добавить новый сервер», или удалить уже существующий, для чего необходимо нажать кнопку «Удалить».

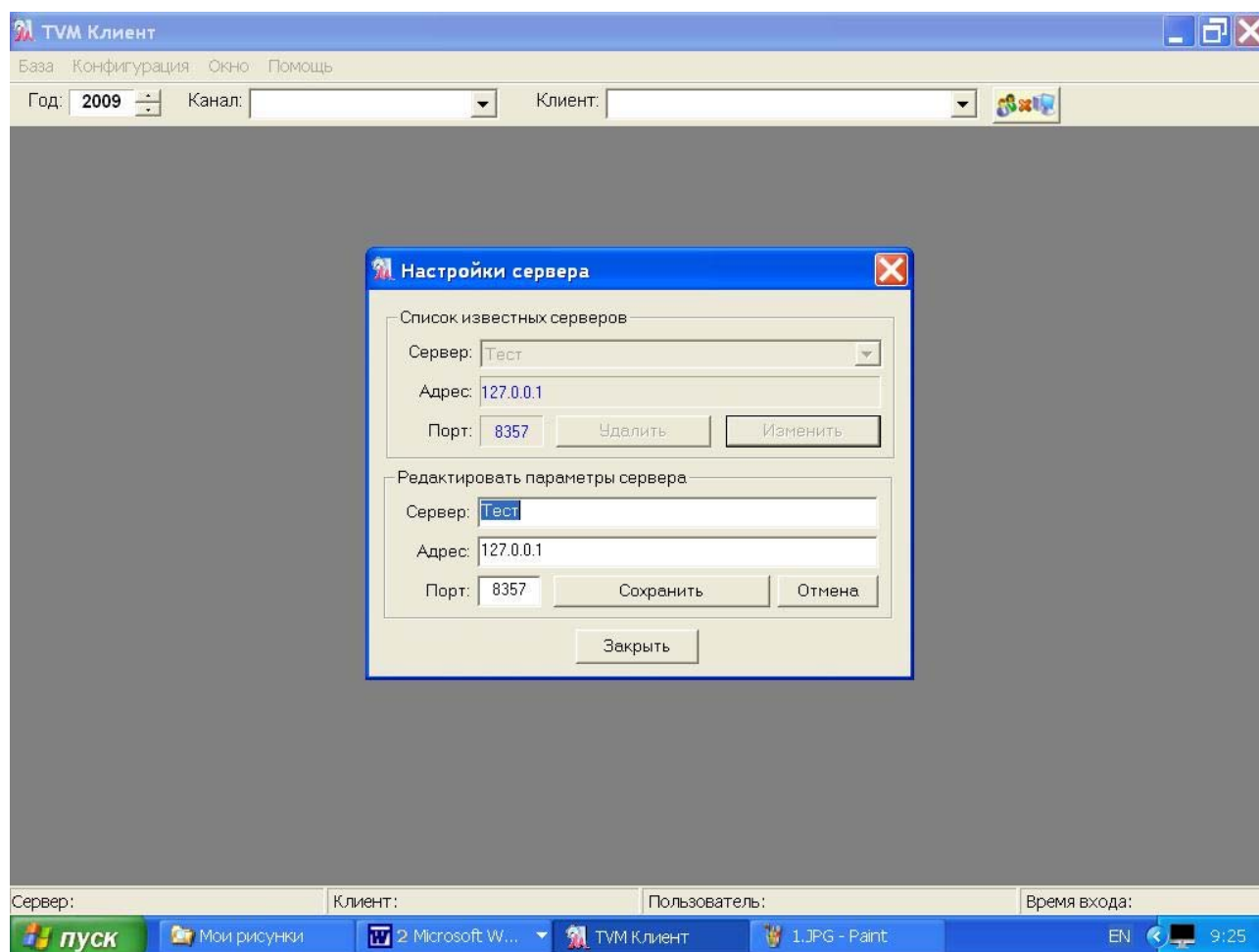


Рисунок 1.1. Редактирование списка доступных серверов

После окончания редактирования списка доступных серверов следует закрыть форму, нажав на кнопку «Закрыть».

Следует обратить внимание, что для сетевого взаимодействия Программа использует не 1, а 2 соседних порта: основной и дополнительный. При этом, номер дополнительного порта всегда на 1 больше номера основного порта.

Например, если в настройках сервера указан стандартный порт 8357, то реально программа использует в качестве основного порт 8357, а в качестве дополнительного – порт 8358.

Для корректной работы Программы в настройках конфигурации сети, где используется «ТВ Маркет», должны быть открыты и основной, и дополнительный порты.

2.4. Подключение к серверу

Для того, чтобы подключиться к серверу, пользователю необходимо выполнить следующие действия:

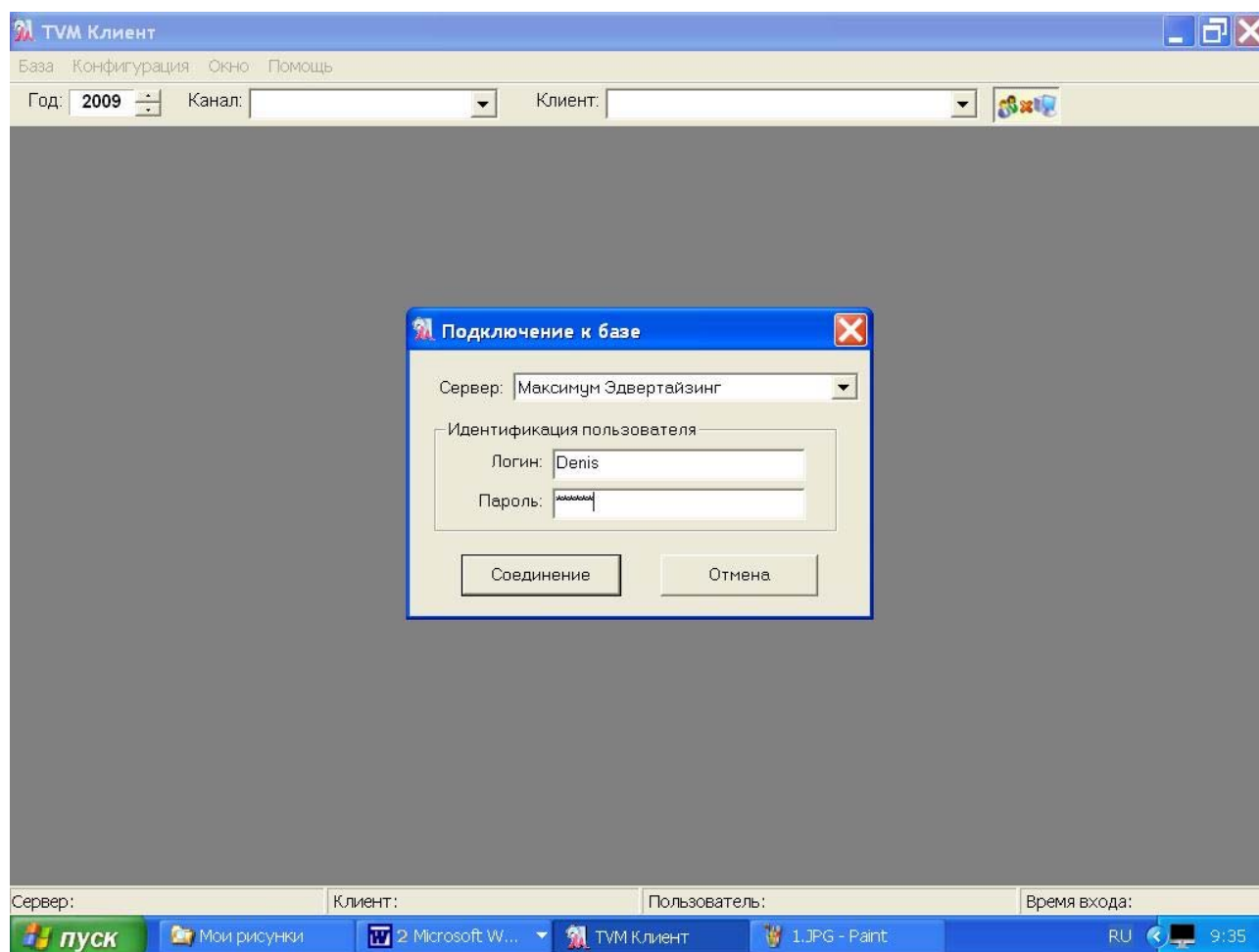


Рисунок 2. Подключение к серверу

- на панели фильтров нажать кнопку соединения , вызвав тем самым форму «Подключение к базе» (см. рис. 2), после чего выбрать из списка доступных серверов тот сервер, с которым необходимо установить соединение, заполнить поля «Логин», «Пароль» и нажать кнопку «Соединение»;

либо

- соединение с сервером можно установить, выбрав на панели меню «База» пункт «Подключиться» (см. рис. 3), после чего в рабочей области откроется аналогичная форма (как показано на рис. 2);

либо

- нажать горячую клавишу «F11», после чего в рабочей области откроется аналогичная форма (как показано на рис. 2).

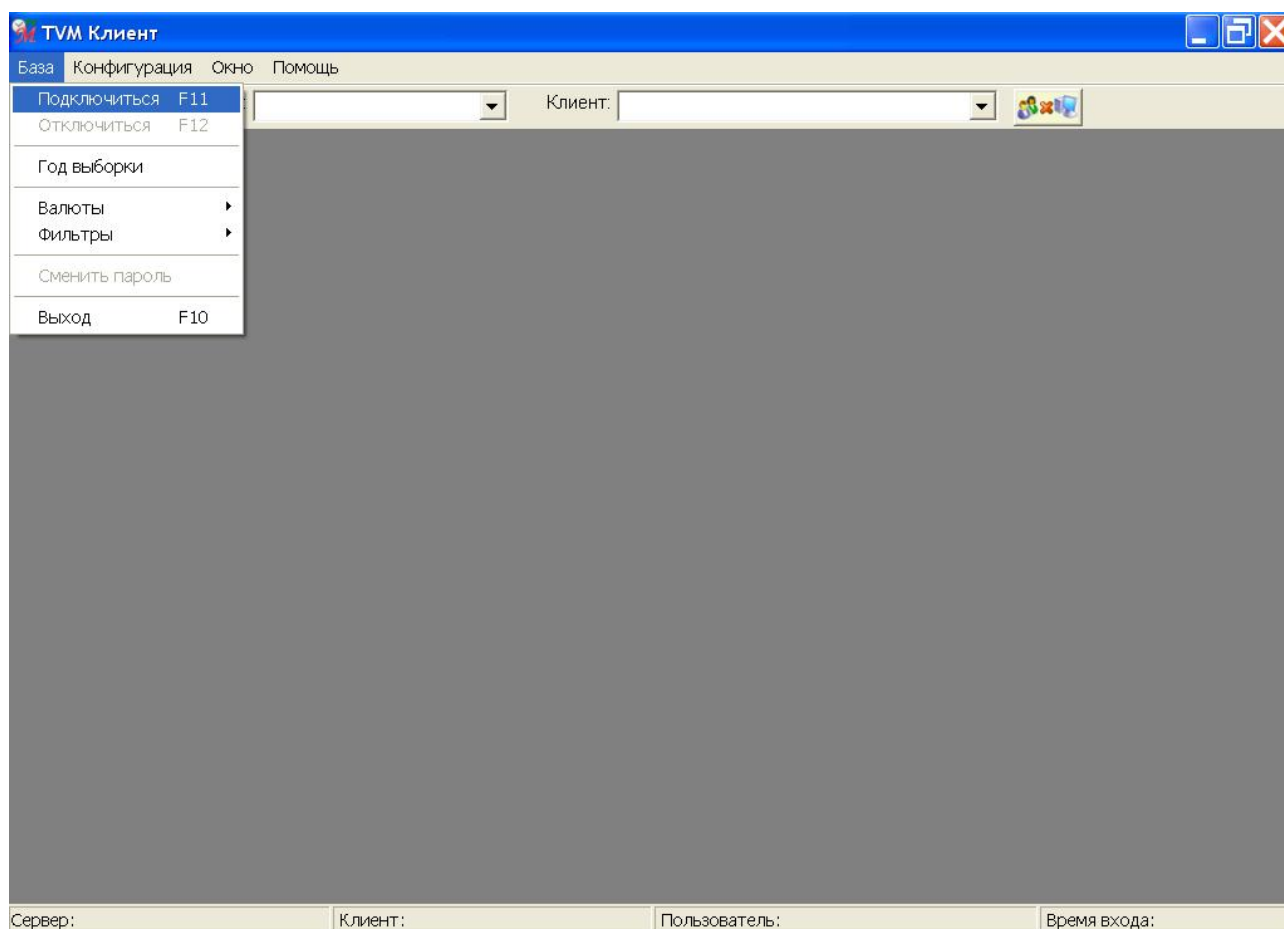


Рисунок 3. Подключение к серверу через панель меню

Во время ввода пароля символы будут изменяться на знак [*] с целью предотвращения распространения информации о регистрационных данных пользователя.

После нажатия кнопки «Соединение» Программа попытается установить связь с указанным сервером и в случае успеха подключит пользователя к его базе данных. Во время этого процесса на кнопке установки соединения будут отображаться движущиеся стрелки.

Если сервер физически не доступен, Программа выдаст на экран соответствующее предупреждение (см. рис. 3.1).

Возможными причинами такой ситуации могут быть:

- ошибочный IP-адрес или порт сервера;
- остановленный на некоторое время сервер;
- отсутствие физической связи с удалённым IP-адресом сервера;
- запрет на установление связи с удалённым IP-адресом сервера по указанному порту в настройках сетевого шлюза или файрволла.

Для отключения от сервера:

- просто отожмите назад кнопку подключения  ;
- либо

- выберите в меню «База» пункт «Отключиться»;
- либо
- нажмите горячую клавишу «F12».

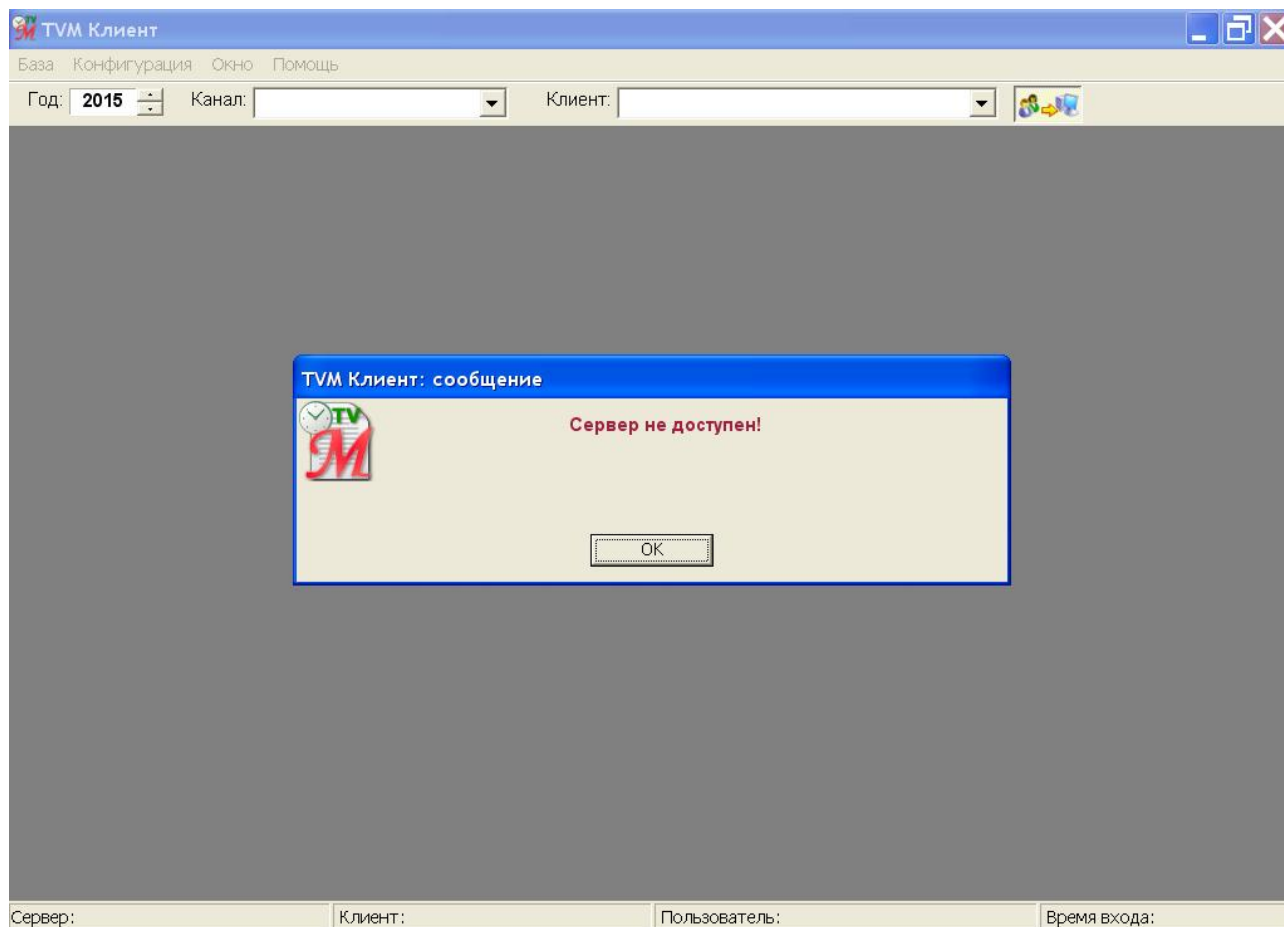


Рисунок 3.1. Ошибка установки соединения с сервером

2.5. Смена пароля пользователя

Для более удобной и безопасной работы в Программе существует возможность смены пользователем своего текущего пароля.

Для того, чтобы это сделать, пользователю необходимо после подключения к серверу выбрать на панели меню в закладке «База» пункт меню «Сменить пароль». В рабочей области развернётся дополнительная форма (см. рис. 4).

Её поля необходимо заполнить следующей информацией: старый пароль, новый пароль и подтверждение нового пароля. После внесения изменений следует нажать на кнопку «Сменить» для сохранения нового пароля в базе данных.

Для отмены действий по изменению пароля пользователя необходимо нажать на кнопку «Отмена» или закрыть окно формы.

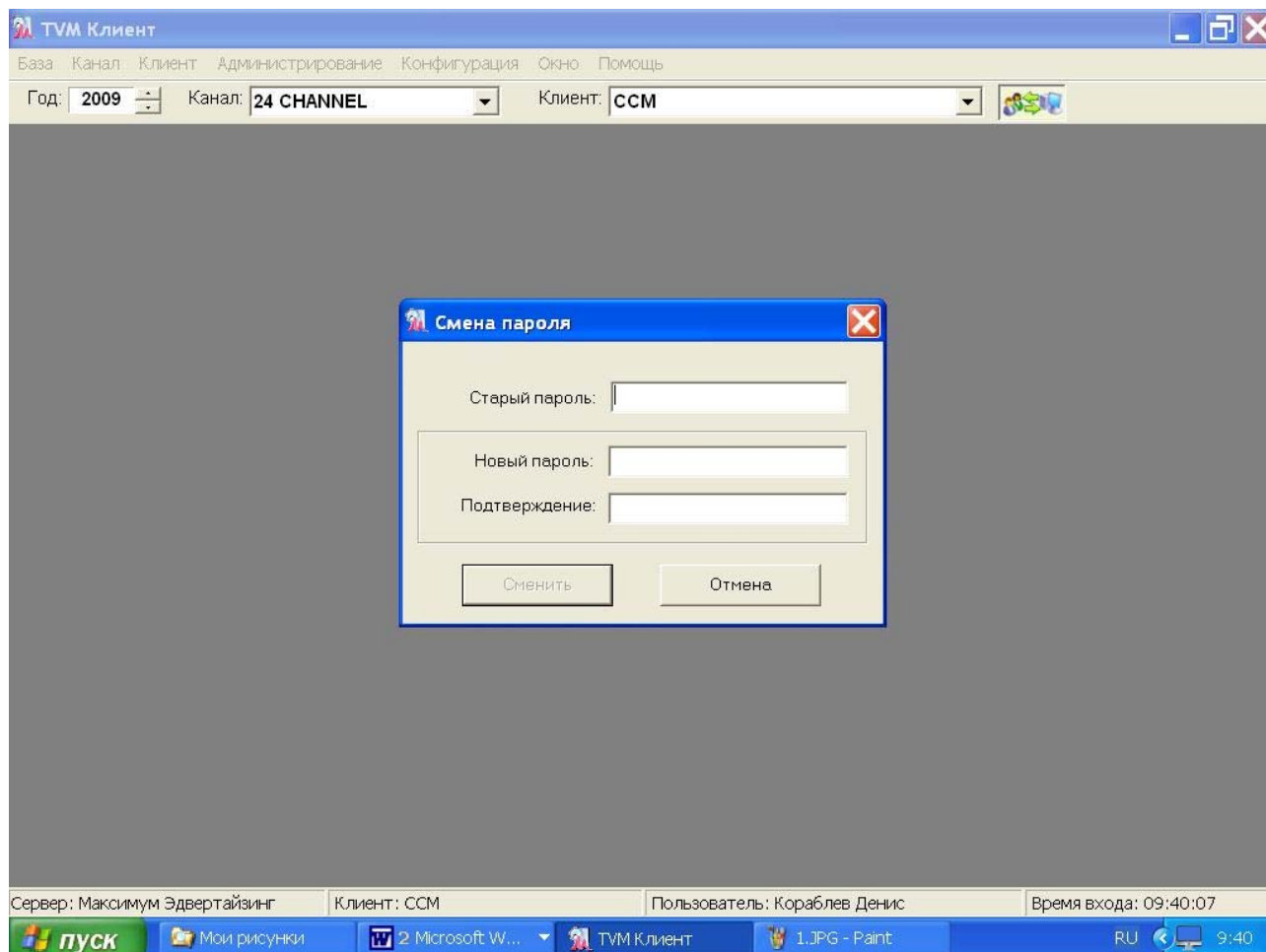


Рисунок 4. Смена пароля пользователя

2.6. Смена года выборки

Кроме команд подключения / отключения к серверу, выхода из Программы и смены пароля пользователя, в закладке меню «База» находится также команда «Год выборки» (см. рис. 3).

Она позволяет пользователю сменить год, по которому происходит выборка договоров из базы данных.

Текущий активный год выборки отображается на панели фильтров в поле «Год». Изменить его можно также с этой панели при помощи кнопок «Стрелка вверх» и «Стрелка вниз»  (возможны значения от 2000 до 2050 включительно).

Если на экране во время изменения года выборки открыто Информационное окно, то после изменения года выборки спустя несколько секунд договора в нём будут перегружены по новому году.

2.7. Просмотр и редактирование валют

Закладка панели меню «База» содержит пункт «Валюты» (см. рис. 3), содержащий в свою очередь вложенные пункты меню «Смотреть», «Создать» и

Щелчок левой кнопкой мыши по заголовку одной из колонок таблицы валют сортирует содержимое таблицы по данной колонке, последовательно переключая направление сортировки при каждом очередном щелчке.

Для добавления в базу данных новой валюты необходимо в закладке меню «База» выбрать пункты «Валюты» – «Создать» или нажать стандартную комбинацию горячих клавиш «Ctrl+N» над окном валют, отображающемся поверх остальных окон.

В результате на экране будет отображена соответствующая форма (см. рис. 4.2.).

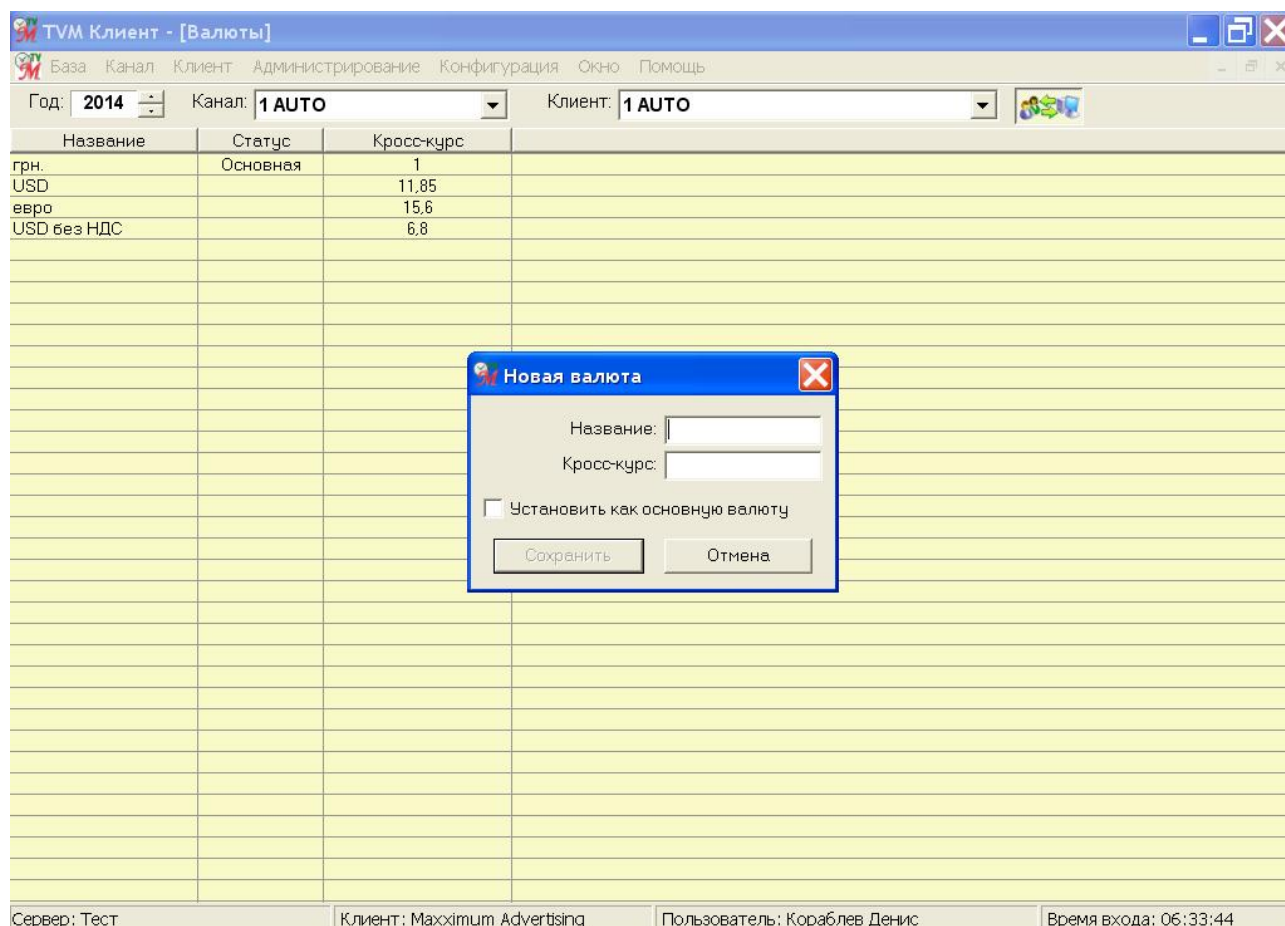


Рисунок 4.2. Создание новой валюты

В её поле «Название» необходимо ввести уникальное условное название новой валюты, а в поле «Кросс-курс» – курс новой валюты по отношению к основной валюте.

Если отметить пункт «Установить как основную валюту», то после добавления новой валюты её статус будет изменён на основную, что вызовет автоматический пересчёт курсов всех остальных валют по отношению к новой основной валюте.

Для записи новой валюты в базу данных необходимо нажать кнопку «Сохранить», а для отмены создания новой валюты – нажать кнопку «Отмена» или закрыть форму.

Следует обратить внимание, что после создания новой базы данных таблица валют всегда пустая. Поэтому одним из первых действий

пользователей в новой Программе является заведение системы используемых валют.

Чтобы отредактировать существующую валюту (изменить её условное название, кросс-курс или статус), её необходимо выделить в окне валют. после этого в закладке меню «База» следует выбрать пункты «Валюты» – «Править» либо нажать стандартную комбинацию горячих клавиш «Ctrl+E» над окном валют, отображающем поверх остальных окон.

В результате на экране появится соответствующая форма (см. рис. 4.3.).

Выполнив требуемые изменения, для записи результата в базу данных следует нажать на кнопку «Сохранить», а для отмены изменений – нажать на кнопку «Отмена» или закрыть форму.

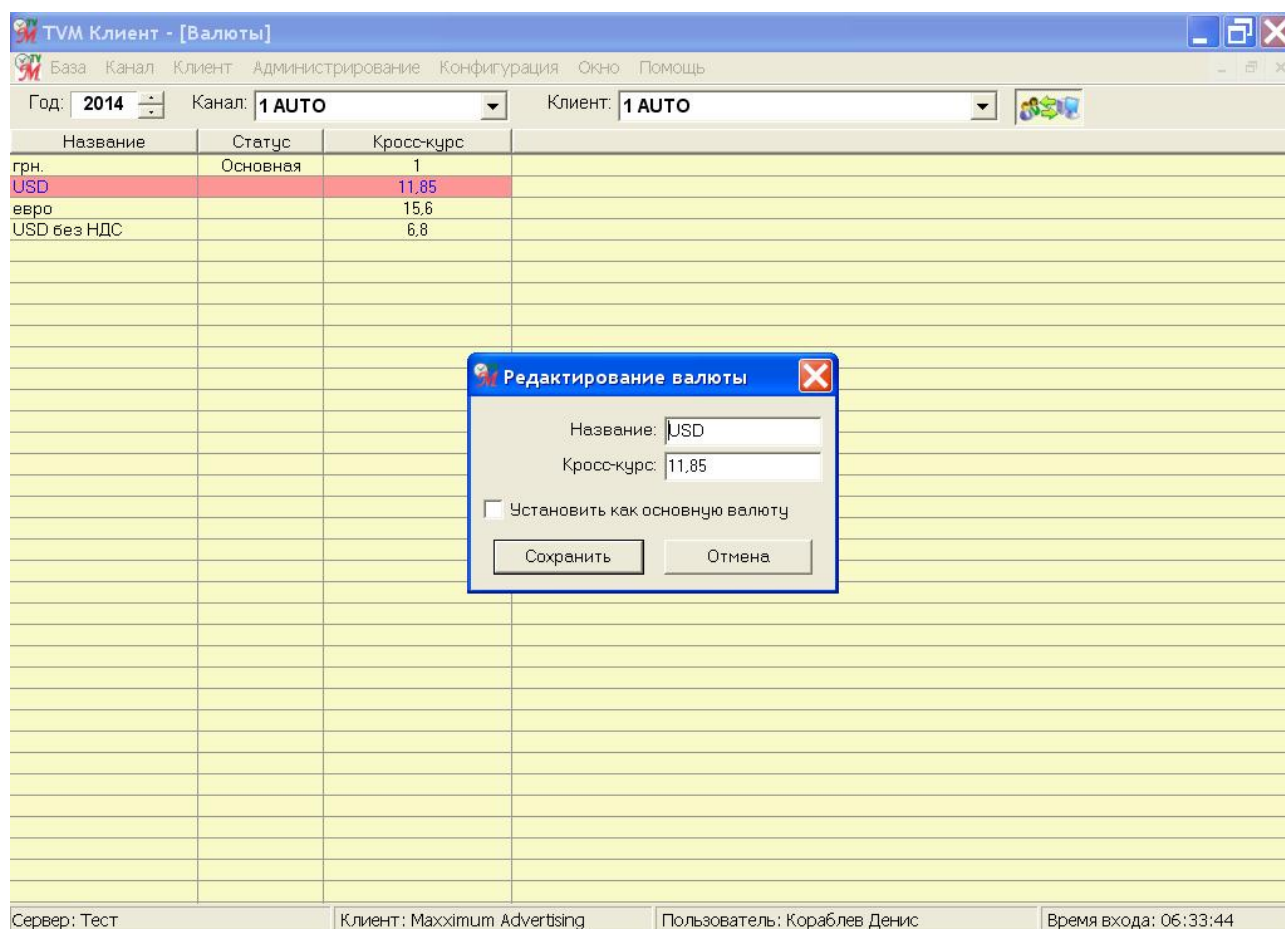


Рисунок 4.3. Редактирование существующей валюты

Необходимо отметить, что при редактировании основной валюты возможно изменение только её названия – поля «Кросс-курс» и «Установить как основную валюту» не доступны для правки.

В текущей версии Программы пересчёт стоимостей из одной валюты в другую по кросс-курсу осуществляется в двух случаях:

- при вытеснении размещённых видеороликов для сравнения их стоимости, если сравниваемые видеоролики принадлежат к договорам с разными валютами;

- при размещении по типу Spot-minute для пересчёта стоимости видеоролика из валюты прайс-листа в валюту договора, когда договор привязан к одной валюте, а прайс-лист указан в другой валюте.

2.8. Просмотр и редактирование фильтров

Закладка панели меню «База» содержит пункт «Фильтры» (см. рис. 3), содержащий, в свою очередь, вложенные пункты «Смотреть», «Создать» и «Править», которые становятся доступными только после установки соединения с сервером и при условии, если у пользователя есть соответствующие права доступа. Эти пункты меню позволяют просматривать, создавать и редактировать существующие в базе данных фильтры.

Для просмотра существующих в базе данных фильтров пользователю необходимо после установки соединения с сервером в закладке меню «База» выбрать пункты «Фильтры» – «Смотреть» либо нажать комбинацию горячих клавиш «Ctrl + J».

В результате на экране отобразится окно фильтров (см. рис. 4.4.).

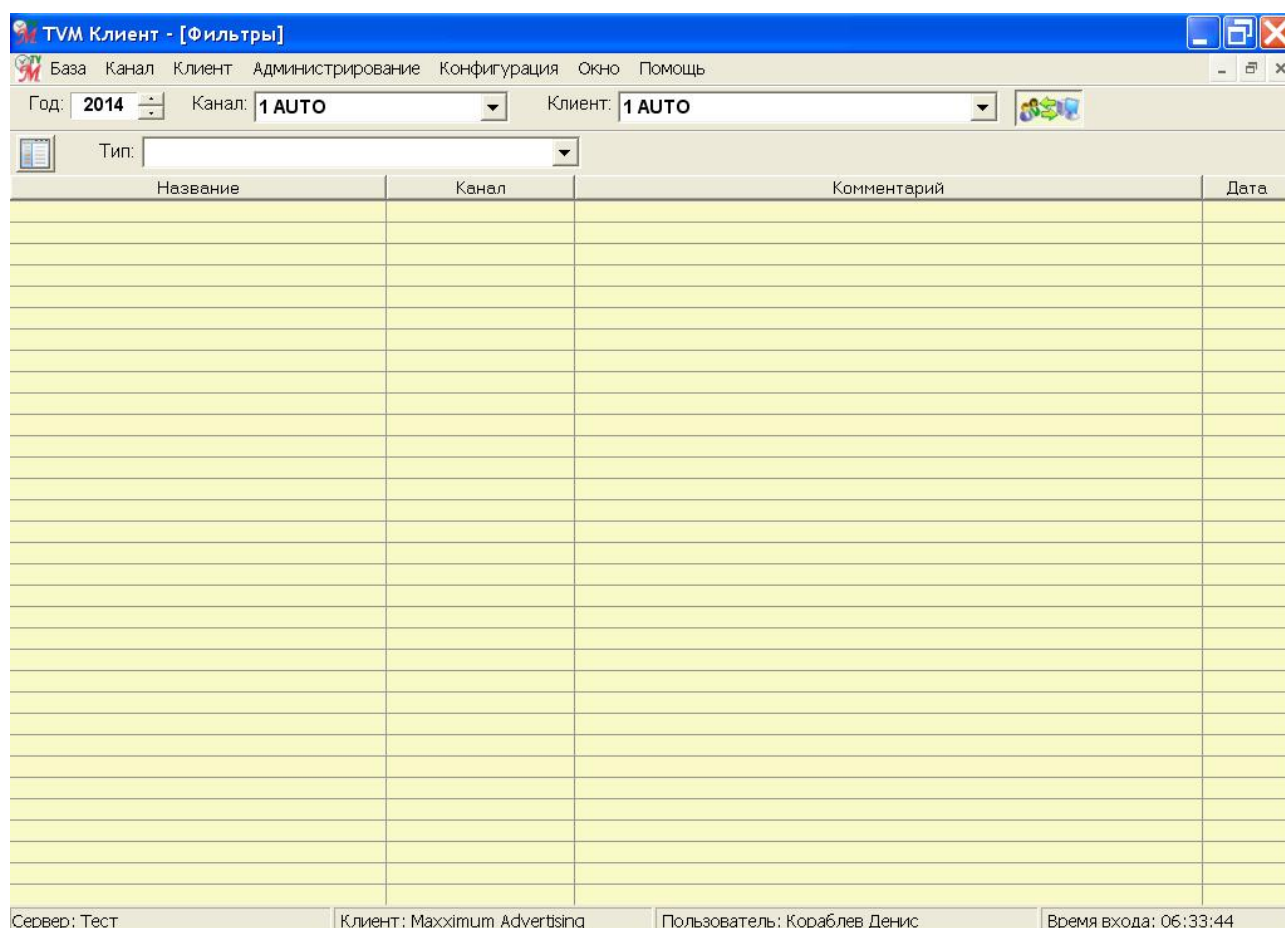


Рисунок 4.4. Окно фильтров

В верхней части этого окна отображается панель управления, содержащая по умолчанию кнопку переключения между действующими и архивными фильтрами , а также поле «Тип», позволяющее выбрать тип отображаемых

При этом, на панели управления окна фильтров появляется дополнительная кнопка  «Настройки ограничения медиапланов», управляющая особенностями применения выбранного фильтра.

Щелчок левой кнопкой мыши по ряду таблицы выделяет этот рядок, подсвечивая его бледно-красным цветом. Если щёлкнуть левой кнопкой мыши по пустому ряду таблицы или щёлкнуть правой кнопкой мыши по любому другому ряду, кроме выделенного, можно отменить текущее выделение.

Щелчок левой кнопкой мыши по заголовку одной из колонок таблицы фильтров сортирует содержимое таблицы по данной колонке, последовательно переключая направление сортировки при каждом очередном щелчке.

Для добавления в базу данных нового фильтра необходимо после выбора в окне фильтров активного типа фильтра в закладке меню «База» выбрать пункты «Фильтры» – «Создать» или нажать стандартную комбинацию горячих клавиш «Ctrl + N», при условии, что окно фильтров отображается поверх других окон.

В результате на экране появится соответствующая форма, индивидуальная для каждого типа фильтра.

Чтобы отредактировать существующий в базе данных фильтр, необходимо выделить требуемый рядок в окне фильтров, после чего в закладке меню «База» выбрать пункты «Фильтры» – «Править» или нажать стандартную комбинацию горячих клавиш «Ctrl + E».

В ответ на это действие на экране появится соответствующая форма для редактирования фильтра, индивидуальная для каждого типа фильтра.

Особенности создания, редактирования и настройки фильтров ограничения медиапланов описаны ниже в разделе 5.22. Управление ограничениями медиапланов.

2.9. Настройки конфигурации

Закладка меню «Конфигурация» содержит текущий выбранный язык интерфейса, параметры настройки сервера и параметры настройки клиента (см. рис. 5). В текущей версии Программы единственным языком интерфейса может быть русский.

Настройки сервера, как уже отмечалось, включают в себя условное название сервера, IP-адрес и основной порт, по которому устанавливается соединение с серверной частью Программы (см. рис. 1.1).

По умолчанию клиентская часть Программы настроена на локальный сервер «Тест» по адресу 127.0.0.1, порт 8357. Для редактирования списка доступных серверов необходимо выбрать пункт меню «Настройки сервера ...» закладки «Конфигурация» на панели меню либо нажать горячую комбинацию клавиш «Ctrl+I» (см. п. 2.3. Список доступных серверов).

Диалог настроек клиента вызывается через выбор пункта меню «Настройки клиента ...» закладки «Конфигурация» на панели меню либо через нажатие горячей комбинации клавиш «Ctrl+O».

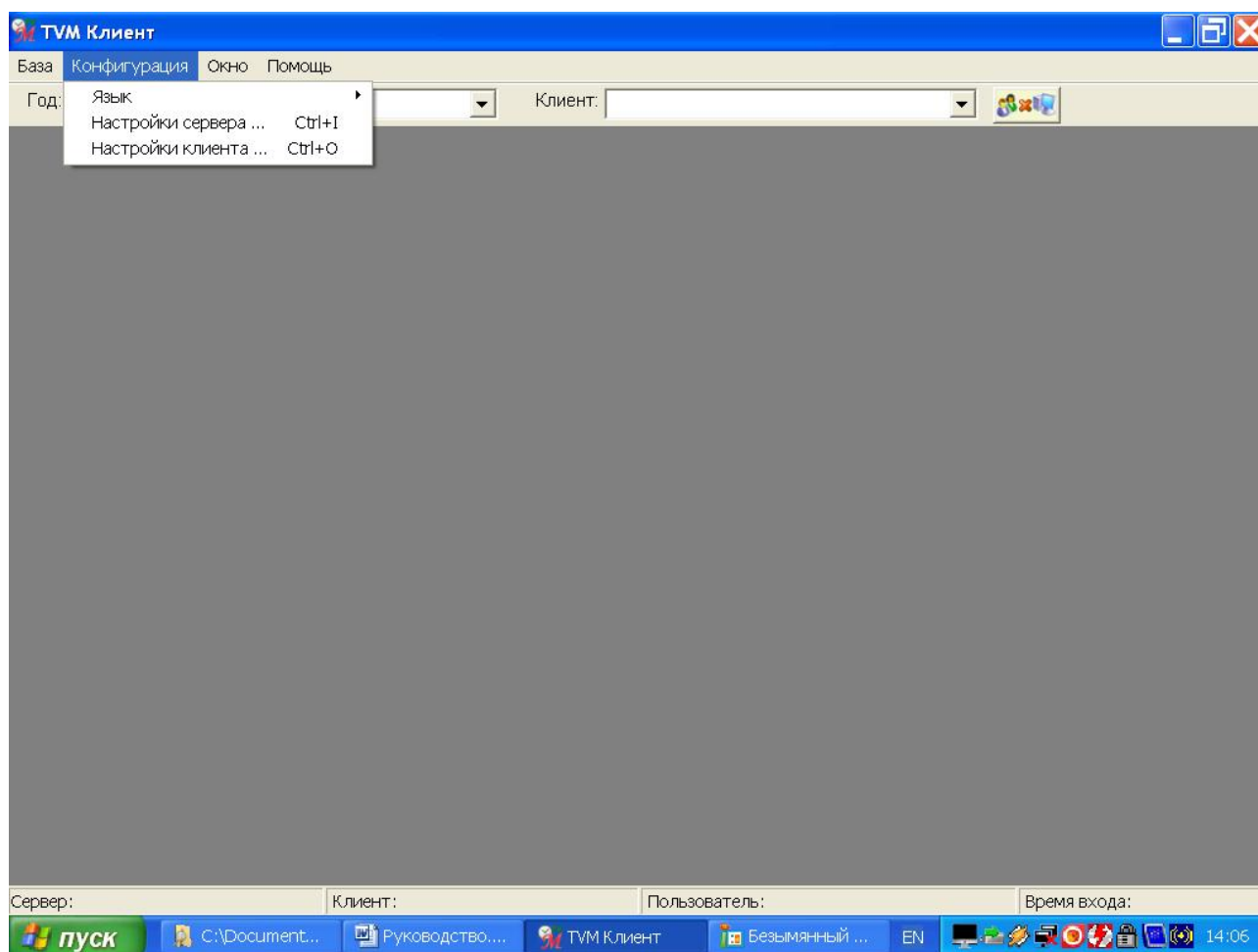


Рисунок 5. Закладка меню «Конфигурация»

Настройки клиента состоят из опций общего плана, дополнительных опций, а также цветовой схемы Программы.

Текущая версия Программы содержит 13 общих настроек (см. рис. 5.1), которые включают в себя:

- переключатель «Автоматически сохранять таблицу размещения» (по умолчанию – выключен). Когда эта опция выбрана, действует режим автоматического (немедленного) сохранения изменений таблицы размещения на сервере. В противном случае действует режим ручного (отложенного) сохранения. Режим автоматического сохранения – это когда сетевой запрос о сохранении изменений отсылается на сервер после каждого действия пользователя с таблицей размещения. Режим ручного сохранения – это когда запрос о сохранении изменений отсылается только после нажатия пользователем специальной кнопки сохранения , которая появляется в информационной панели таблицы размещения после внесения в неё первого изменения (см. ниже). В быстрых компьютерных сетях рекомендуется использовать автоматическое сохранение таблицы размещения, а в медленных – ручное сохранение;
- переключатель «Выводить отчёт о частичном сохранении таблицы размещения» (по умолчанию – включён). Если эта опция выбрана, в

случае частичного сохранения списка размещений (в режиме отложенного сохранения) либо невозможности размещения (в случае немедленного сохранения) на экран будет выдан подробный отчёт о всех отказанных размещениях. Если опция не выбрана, такой отчёт выводиться не будет;

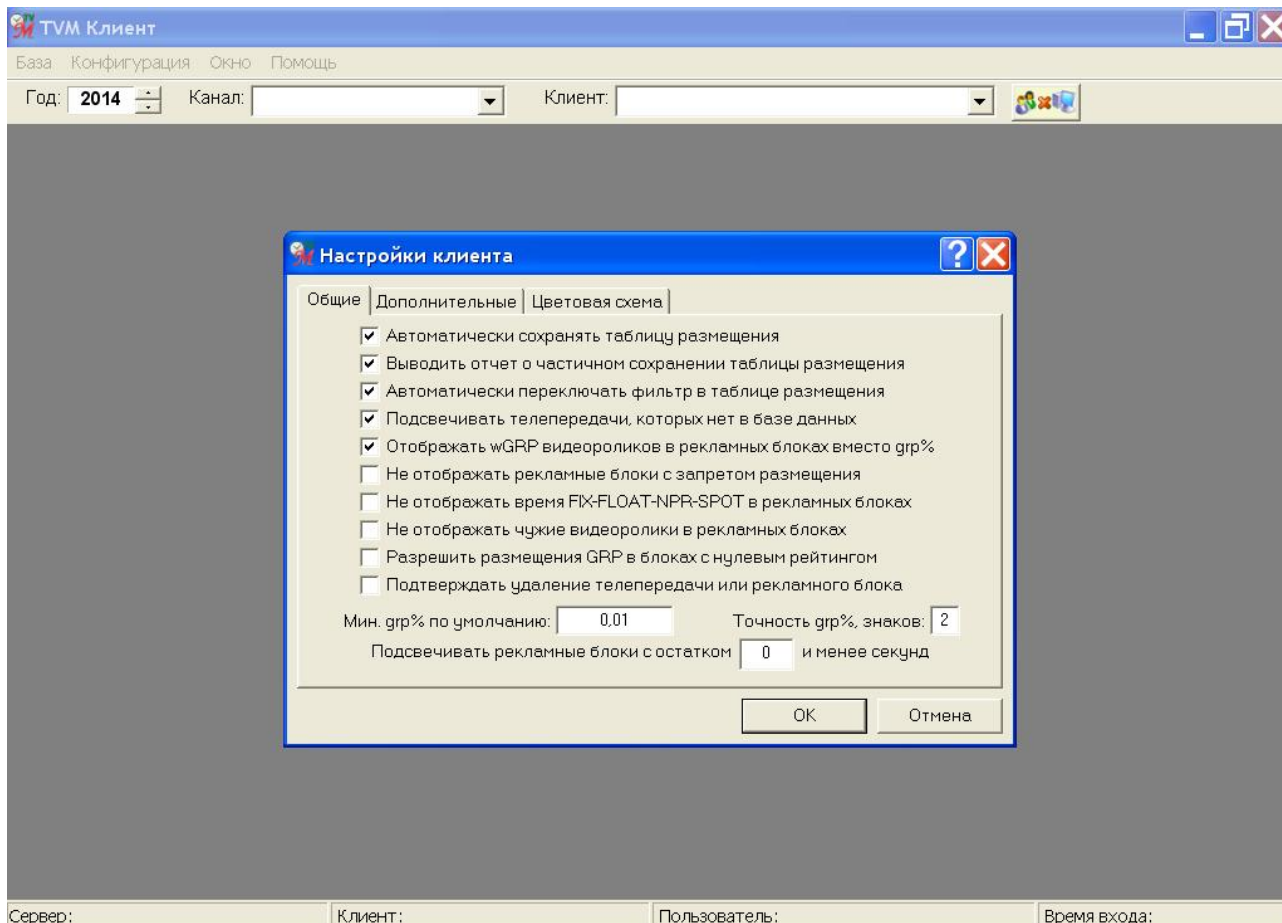


Рисунок 5.1. Общие настройки клиента

- переключатель «Автоматически переключать фильтр в таблице размещения» (по умолчанию – включён). Если опция выбрана, при выборе любого заказа в таблице размещения будет автоматически выбираться для отображения только тот тип служебных вставок (рекламных блоков), с которыми связан данный заказ (т.е. будет автоматически изменяться фильтр таблицы размещения). Если опция не выбрана, такой автоматической смены фильтра не происходит;
- переключатель «Подсвечивать телепередачи, которых нет в базе данных» (по умолчанию – включён). Если опция выбрана, в телесетках и таблицах размещения все телепередачи, которые не взяты из базы данных телепередач (т.е. разовые телепередачи), будут подсвечиваться специальным маркером (в виде треугольника в правом верхнем углу телепередачи). Цвет маркера по умолчанию оранжевый, но может быть любым, поскольку зависит от установок цветовой схемы Программы. Если опция не выбрана, такой подсветки не происходит, и телепередачи из базы данных и визуально никак не отличаются от разовых

телепередач. Если в телесетках не используются в принципе телепередачи из базы данных, опцию рекомендуется отключать. В противном случае опцию рекомендуется включать;

- переключатель «Отображать wGRP видеороликов в рекламных блоках вместо grp%» (по умолчанию – включён). Если опция выбрана, в фактических таблицах размещения в содержимом рекламных блоков напротив каждого размещённого видеоролика отображается его взвешенный рейтинг wGRP. Если опция не выбрана, то напротив каждого размещённого видеоролика в таких таблицах отображается его исходный (не взвешенный) рейтинг grp%;
- переключатель «Не отображать рекламные блоки с запретом размещения» (по умолчанию – включён). Если опция выбрана, то в таблице размещения после выбора активного медиаплана не будут отображаться те рекламные блоки, размещение в которых запрещено фильтром ограничения этого медиаплана. Если опция не выбрана, то в подобной ситуации такие рекламные блоки отображаться будут, но с индикатором запрета размещения  и разместиться в них будет невозможно;
- переключатель «Не отображать время FIX-FLOAT-NPR-SPOT в рекламных блоках» (по умолчанию – выключен). Если опция выбрана, то в рекламных блоках в таблице размещения отображается суммарное время размещённых видеороликов по классам вытеснения Fix, Float, Npr и Spot. Если опция не выбрана, такая информация в рекламных блоках в таблице размещения не отображается;
- переключатель «Не отображать чужие видеоролики в рекламных блоках» (по умолчанию – выключен). Если опция выбрана, в содержимом рекламного блока в таблице размещения чёрным цветом выводятся видеоролики, принадлежащие к активному выбранному медиаплану, и дополнительно красным цветом выводятся видеоролики, которые не принадлежат к выбранному медиаплану (каждый под своим именем, если у пользователя имеется доступ к чтению чужих видеороликов, либо под общим именем (**** видеоролик*), если такого доступа у пользователя не имеется). Если опция не выбрана, в содержимом рекламного блока в таблице размещения чёрным цветом выводятся только видеоролики, принадлежащие к активному медиаплану;
- переключатель «Разрешить размещения GRP в блоках с нулевым рейтингом» (по умолчанию – выключен). Если опция выбрана, при попытке разместиться по заказу GRP в рекламном блоке с нулевым рейтингом Программа не будет препятствовать размещению видеоролика, и при этом в качестве рейтинга будет использовано значение минимального рейтинга заказа, в рамках которого размещается видеоролик. Если опция не выбрана, в подобной ситуации размещение будет запрещено, а пользователю будет выдано соответствующее предупреждение;

- переключатель «Подтверждать удаление телепередачи или рекламного блока» (по умолчанию – выключен). Если опция выбрана, то в режиме редактирования телесетки при попытке пользователя удалить телепередачу или рекламный блок на экран будет выдано предупреждение с требованием подтвердить такое действие. Если опция не выбрана, в подобной ситуации телепередача или рекламный блок будут удаляться без каких бы то ни было предупреждений;
- значение минимального рейтинга по умолчанию (по умолчанию 0,01). Данное поле задаёт рейтинг, который выводится в качестве минимального рейтинга по умолчанию при создании каждого нового заказа GRP;
- точность рейтингов, в знаках после запятой (по умолчанию 2). Задаёт точность рейтингов GRP, в знаках после запятой, и может принимать значения от 0 до 9 включительно. Использование данного параметра ограничено, поскольку его значение перегружается при загрузке каждой таблицы размещения значением точности рейтинга, установленным на сервере;
- значение остатка времени в рекламном блоке, в секундах / символах, начиная с которого рекламный блок в таблице размещения будет заливаться специальным цветом как «полностью заполненный» (по умолчанию – 0 секунд).

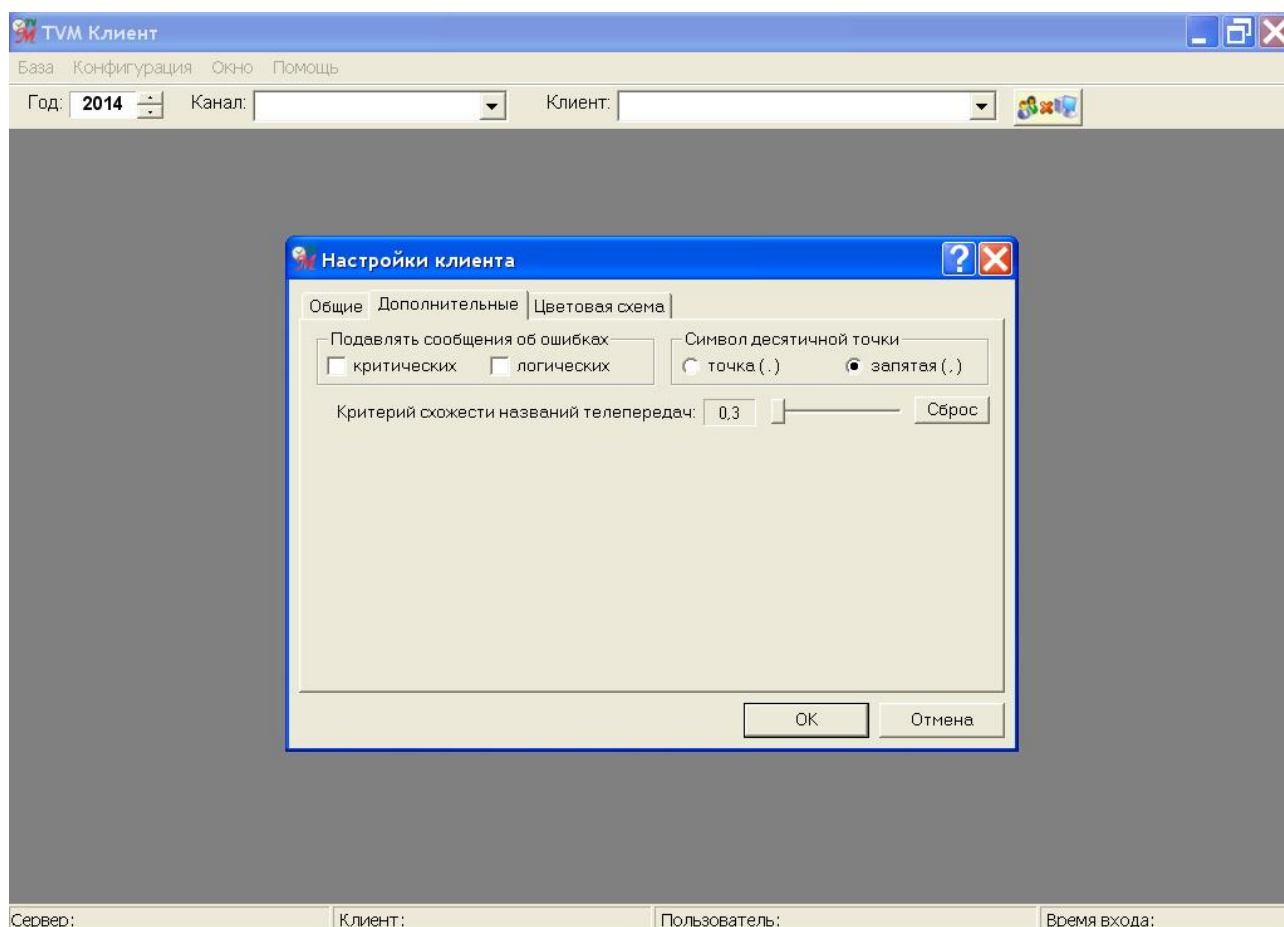


Рисунок 5.2. Дополнительные настройки клиента

Дополнительные настройки Программы доступны в отдельной вкладке диалога настроек клиента (см. рис. 5.2). В текущей версии Программы к ним относятся:

- переключатель подавления вывода на экран предупреждений о критических ошибках в работе Программы (по умолчанию – выключен). Не рекомендуется подавлять вывод таких предупреждений, поскольку в случае возникновения критической ошибки текст сообщения может послужить подсказкой пользователю о причинах возникновения такой ошибки и, соответственно, помочь устранить её. При возникновении критической ошибки дальнейшая работа Программы невозможна, и она завершается;
- переключатель подавления вывода на экран предупреждений о логических ошибках в работе Программы (по умолчанию – выключен). Также не рекомендуется подавлять вывод таких предупреждений. В отличие от критических ошибок, при возникновении логической ошибки работа Программы может быть продолжена, но, возможно, с несколько ограниченной функциональностью;
- символ десятичной точки в вещественных числах – разделителя целой и дробной части числа. В текущей версии Программы таким разделителем может быть или символ точки (.), или символ запятой (,);
- критерий схожести названий телепередач, который может принимать значение от 0,3 до 1 включительно с шагом 0,01 (по умолчанию – 0,6). Этот критерий используется в редакторе телесетки при создании и редактировании телепередач. В частности, во время набора пользователем названия новой телепередачи Программа «на лету» анализирует схожесть вводимого слова (слов) с телепередачами из базы данных, и при нахождении похожей телепередачи подсвечивает синим цветом специальный индикатор схожести (подробнее см. в пункте «Создание и редактирование телепередачи» раздела «Работа с телесеткой»), позволяя пользователю ускорить ввод телепередачи из базы данных. При этом, для анализа схожести названий используется специальный алгоритм «неточного сравнения строк», результатом работы которого является действительное число от 0 (абсолютная непохожесть) до 1 (точное совпадение). Настройка критерия схожести позволяет задать пороговое значение результата работы алгоритма сравнения, при котором происходит подсветка вводимой телепередачи как «похожей». Для изменения критерия необходимо двигать ползунок, находящийся справа от него, влево или вправо, и при этом текущее значение критерия отображается в специальном окошке. Для установки значения критерия, используемого по умолчанию, необходимо нажать на кнопку «Сброс», находящуюся справа от ползунка.

Цветовая схема Программы – это набор цветов основных элементов телевизионной сетки и таблицы размещения, таких как фоны заголовков, дней, телепрограмм, рекламных блоков, цвета различных текстовых подписей и т.д. (всего 50 редактируемых значений).

Редактирование цветовой схемы Программы доступно на отдельной вкладке диалога настроек клиента (см. рис. 5.3).

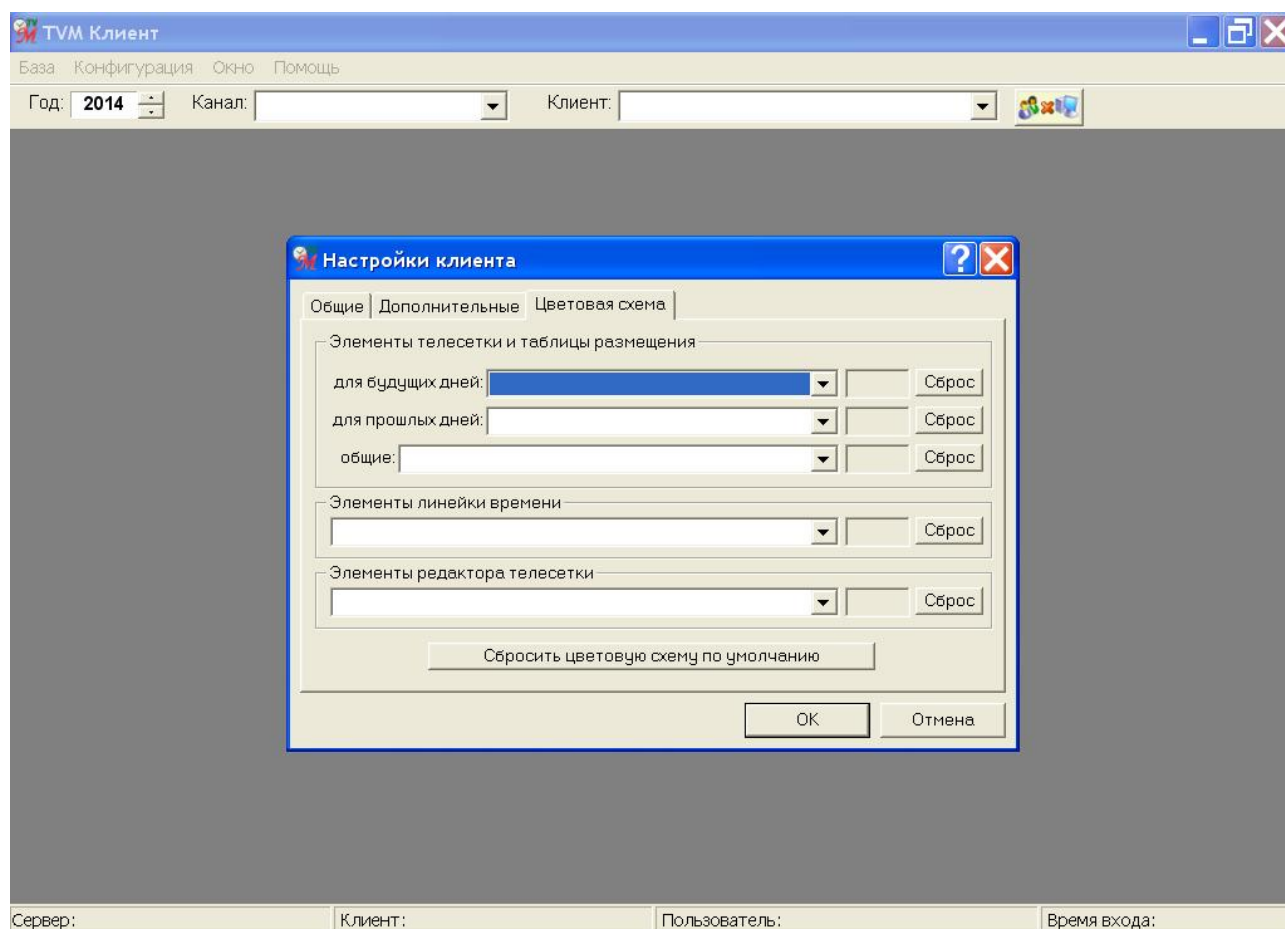


Рисунок 5.3. Настройки цветовой схемы Программы

Все редактируемые параметры цветовой схемы разбиты на 3 группы: 1) элементы телесетки и таблицы размещения; 2) элементы линейки времени; 3) элементы редактора телесетки. В элементах телесетки и таблицы размещения, в свою очередь, дополнительно выделены группы параметров для будущих дней и для прошлых дней.

Каждая группа параметров цветовой схемы представлена в виде списка значений. При выборе какого-либо элемента в списке его текущий цвет отображается в прямоугольной области справа от списка.

Для изменения цвета какого-либо элемента необходимо выбрать этот элемент в списке, после чего нажать левой кнопкой мыши по цветовому полю с текущим цветом данного элемента. Появится дополнительная форма, которая позволит задать любой цвет для этого элемента в формате RGB (см. рис. 5.4). в этой форме необходимо или выбрать желаемый цвет среди основных или дополнительных цветов, или сформировать этот цвет путём выбора оттенка и яркости, либо непосредственным заданием числовых значений его компонент в формате RGB (красный – зелёный – синий) или HSB (оттенок – контрастность – яркость). После формирования цвета необходимо нажать на кнопку «Ок» для того, чтобы перенести его на панель цветовой схемы.

Также пользователь может выбрать для любого элемента цветовой схемы цвет, принятый по умолчанию, для чего необходимо выбрать данный элемент и нажать кнопку «Сброс».

Для того, чтобы сбросить всю цветовую схему в значения по умолчанию, необходимо нажать кнопку «Сбросить цветовую схему по умолчанию».

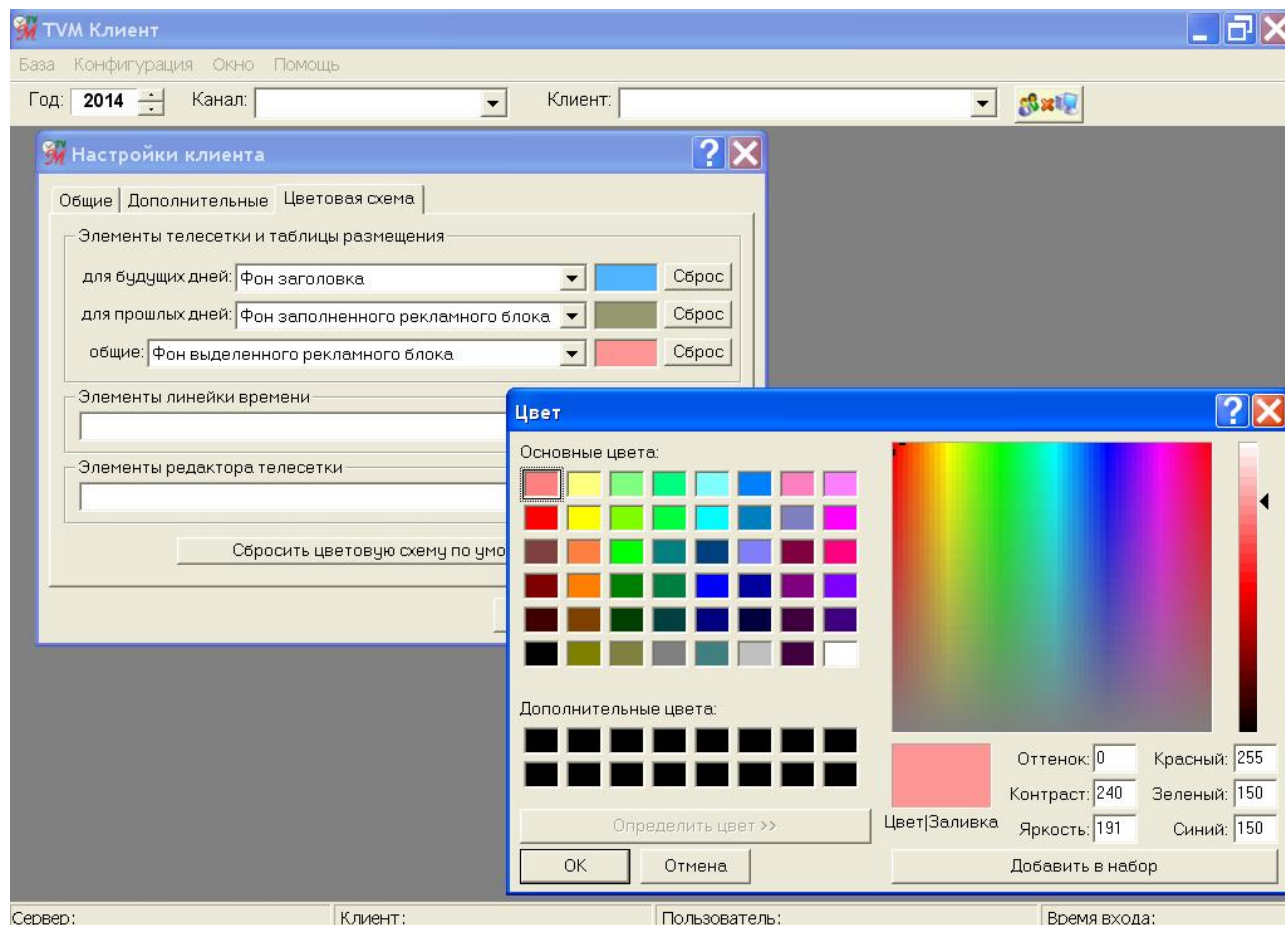


Рисунок 5.4. Изменение цвета элемента цветовой схемы Программы

2.10. Управление отображением окон Программы

Для управления параметрами отображения рабочих окон Программы на экране предназначена закладка меню «Окно» (см. рис. 6). Она содержит команды закрытия отдельного окна, построения окон каскадом, горизонтально или вертикально, автоматического выстраивания свёрнутых окон в нижней области Программы, а также переключения между открытыми окнами Программы.

Пункты этой закладки меню становятся активными только при наличии в рабочей области экрана хотя бы одного открытого окна, но имеют смысл, когда открытых окон два и больше.

Команда «Закрыть» закрывает текущее активное окно.

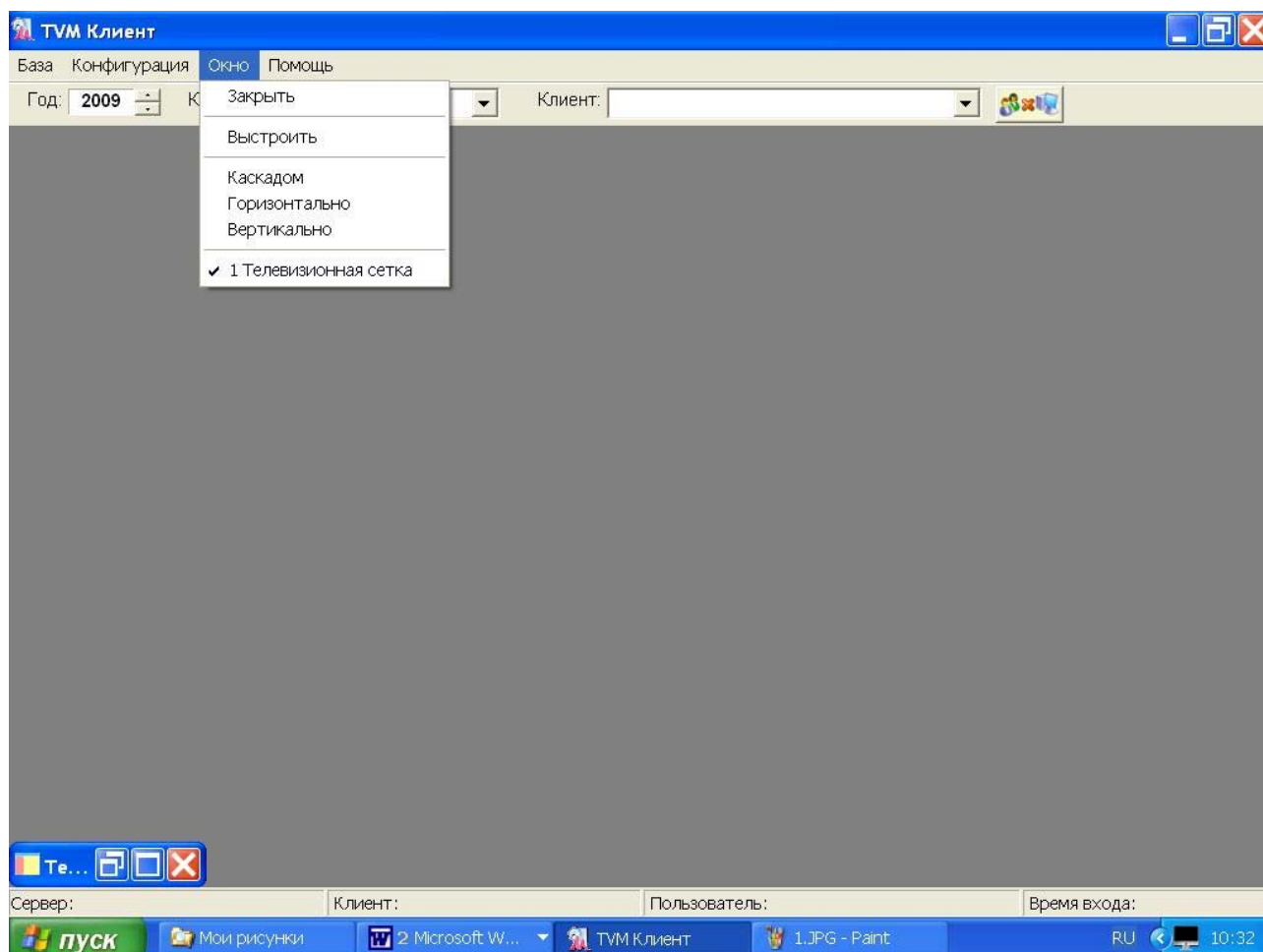


Рисунок 6. Закладка меню «Окно»

Команда «Выстроить» применяется только к свёрнутым окнам. Она предназначена для упорядочивания значков открытых окон в нижней левой части рабочей области главного окна Программы.

Команды «Каскадом», «Горизонтально» и «Вертикально» применяются только для раскрытых окон, не развёрнутых на весь экран.

Команда «Каскадом» предназначена для упорядочивания открытых окон Программы в левой верхней части рабочей области главного окна Программы таким образом, что каждое последующее окно несколько смещено вправо и вниз от предыдущего окна.

Команда «Горизонтально» отображает все окна на рабочей области в виде горизонтальных неперекрывающихся полос, а команда «Вертикально» – в виде вертикальных неперекрывающихся полос.

Команды с названиями текущих открытых окон Программы предназначены для переключения этих окон на передний план отображения.

2.11. Получение помощи

В закладке меню «Помощь» находится общая информация о Программе, её версии и дате релиза, а также ссылка на руководство пользователя Программы on-line (см. рис. 6.1).

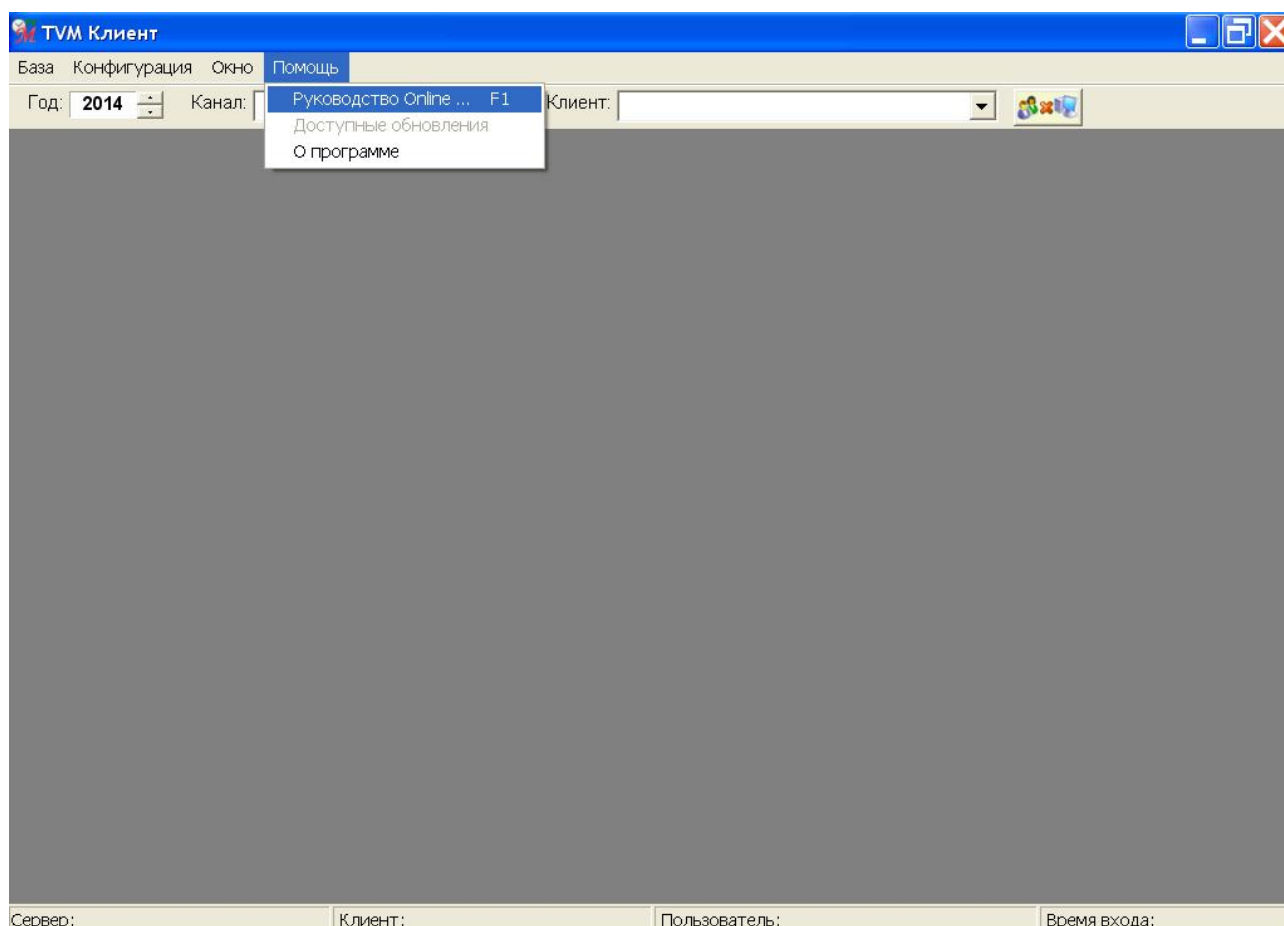


Рисунок 6.1. Закладка меню «Помощь»

При выборе пункта меню «Руководство Online ...» или при нажатии горячей клавиши «F1» в отдельном окне будет загружен браузер по умолчанию, в котором будет открыта страница с электронной версией этого руководства. Пользоваться этой командой имеет смысл только в том случае, когда компьютер, на котором запущена клиентская часть Программы, имеет выход в сеть Интернет.

Пункт «Доступные обновления» становится активным только после подключения к серверу. При его выборе на экране отобразится соответствующая форма (см. рис. 6.2), в которой будет присутствовать информация о текущей версии и дате релиза клиентского модуля «ТВ Маркет», о его типе (административный или клиентский), а также версии и дате релиза модуля, доступного для обновления на сервере.

Если используется последняя версия «ТВ Маркет», то обновление Программы будет недоступно, и кнопка «Обновить» не будет подсвечиваться. В противном случае кнопка «Обновить» будет активной, и после её нажатия произойдёт автоматическая загрузка с сервера и обновление текущей версии Программы.

При выборе пункта меню «О программе» на экране отображается информация о текущей версии и авторах Программы.

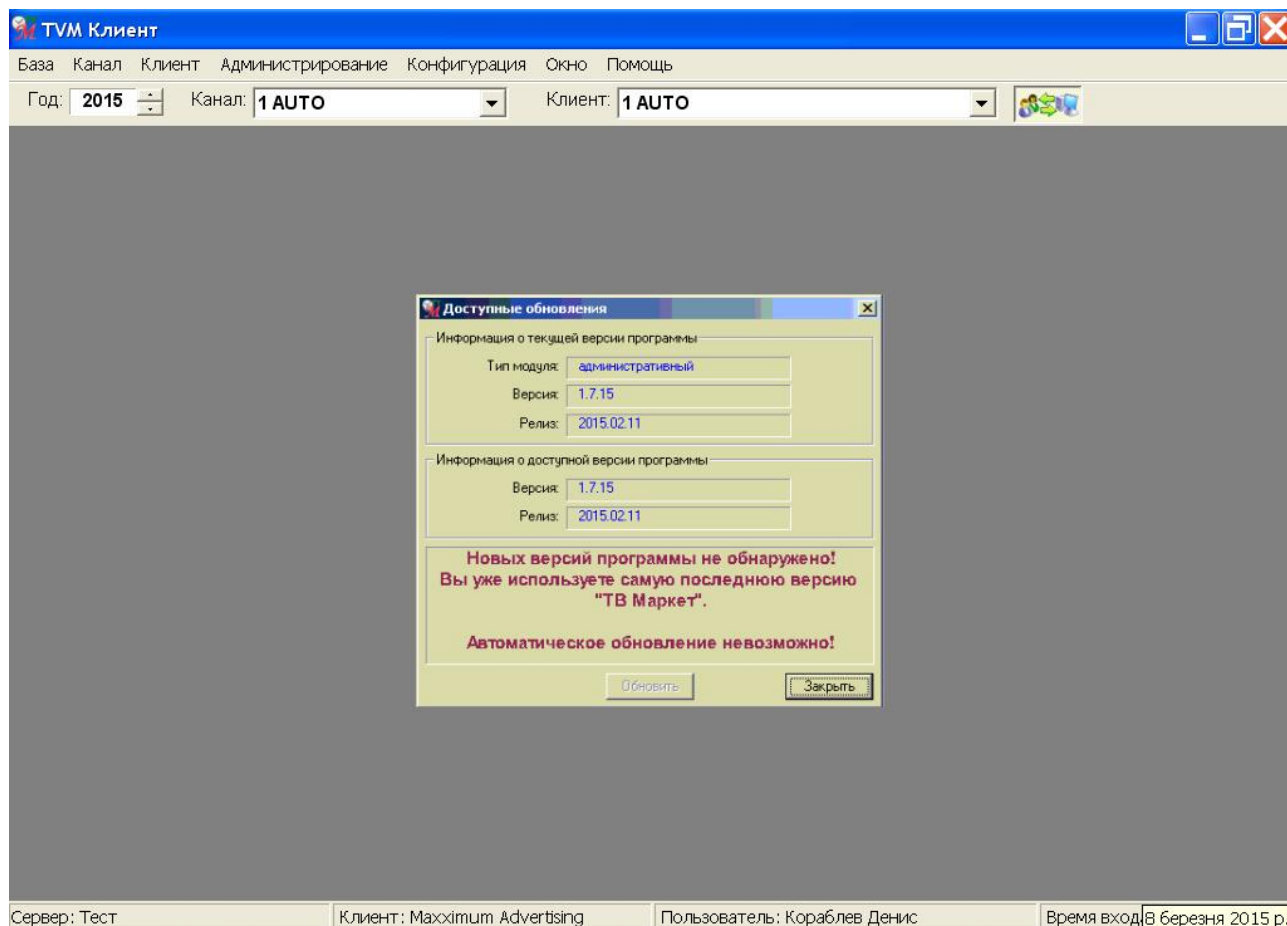


Рисунок 6.2. Доступные обновления

2.12. Автоматическая проверка доступных обновлений

Каждый раз в момент установки соединения с сервером происходит автоматическая проверка наличия доступных обновлений клиентской части Программы для данного типа модуля.

При этом, версия Программы определяется комбинацией собственно номера версии и даты релиза. Из двух версий Программы с одинаковыми номерами более новой будет та, у которой больше дата релиза.

Сервер «ТВ Маркет», со своей стороны, имеет определённые ограничения по совместимости с клиентскими частями, т.е. может работать только с некоторым диапазоном различных версий Программы.

Если в момент установки соединения оказывается, что данная клиентская часть Программы находится вне допустимого диапазона версий сервера, то происходит отказ в установке соединения, и пользователю на экран отображается сообщение «Эта версия программы устарела и не поддерживается текущей конфигурацией сервера!».

При этом, если на сервере в то же время доступна новая версия Программы, то пользователю дополнительно будет предложено установить её в автоматическом режиме (см. рис. 6.3).

При нажатии на кнопку «Да» обновление Программы до новой версии будет произведено немедленно. При нажатии на кнопку «Нет» окно будет закрыто без обновления Программы. В таком случае установить этой клиентской частью Программы соединение с обновлённым сервером будет невозможно.

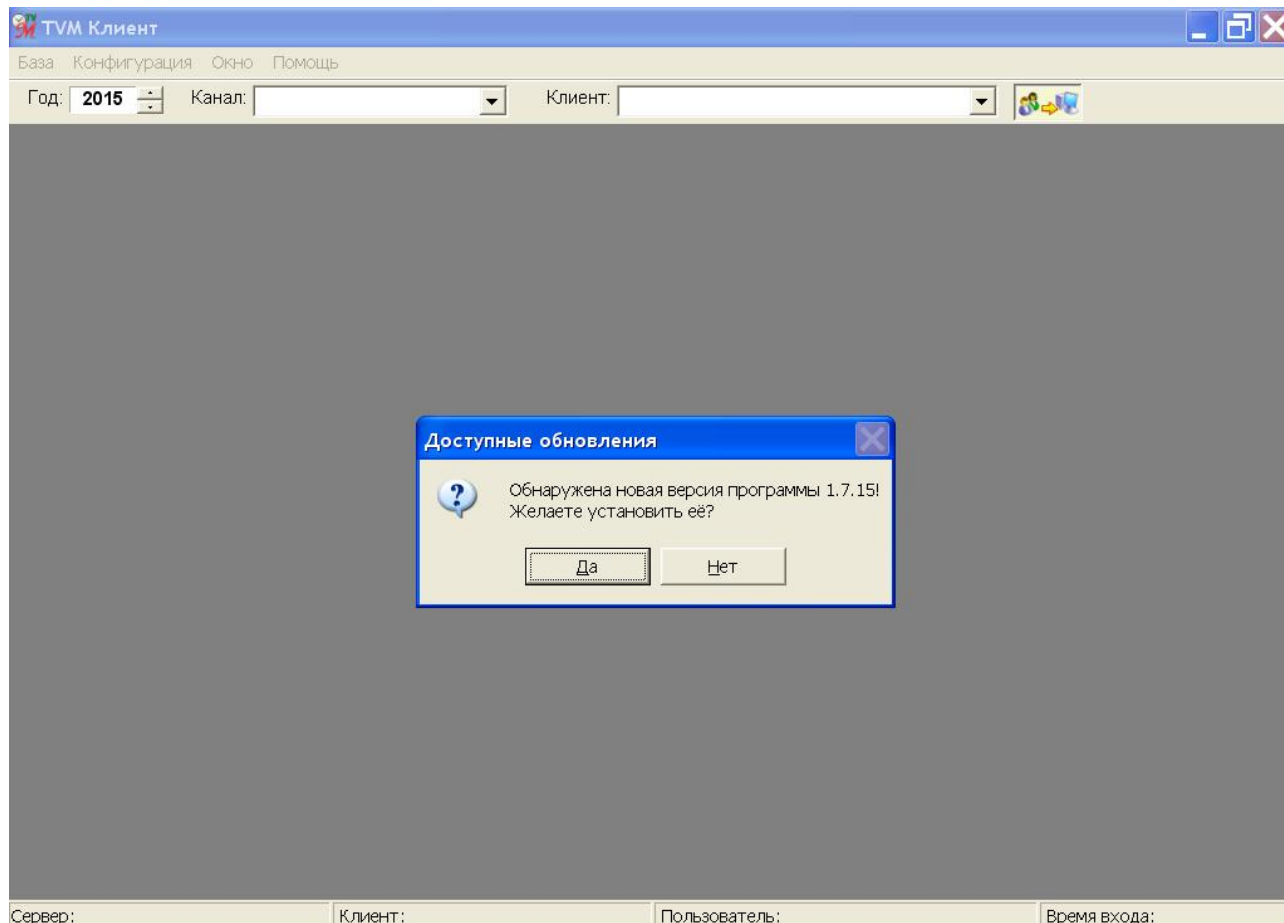


Рисунок 6.3. Автоматическое обновление при установке соединения

Если в момент установки соединения оказывается, что клиентская часть Программы находится в допустимом диапазоне версий сервера, но на сервере в то же время имеется более новая версия Программы для обновления, то в этом случае соединение будет установлено, однако после этого пользователю на экран в правом верхнем углу рабочей области поверх всех остальных окон на белом фоне будет отображена подсказка с сообщением «ВНИМАНИЕ! Вышла новая версия ТВ Маркет» и с кнопкой-ссылкой «Смотреть» (см. рис. 6.4).

Это подсказка будет отображаться на экране непрерывно в течение 3 секунд. После истечения 3 секунд текст сообщения начнёт мигать в течение ещё 2 секунд (для привлечения внимания пользователя), после чего подсказка исчезнет.

Нажатие на кнопку-ссылку «Смотреть» в поле подсказки эквивалентно вызову пункта меню «Доступные обновления» в закладке «Помощь».

Если же пользователь нажмёт на кнопку закрытия окна подсказки (серый крест в правом верхнем углу поля), то подсказка исчезнет немедленно и до следующей установки соединения с этим сервером отображаться не будет.

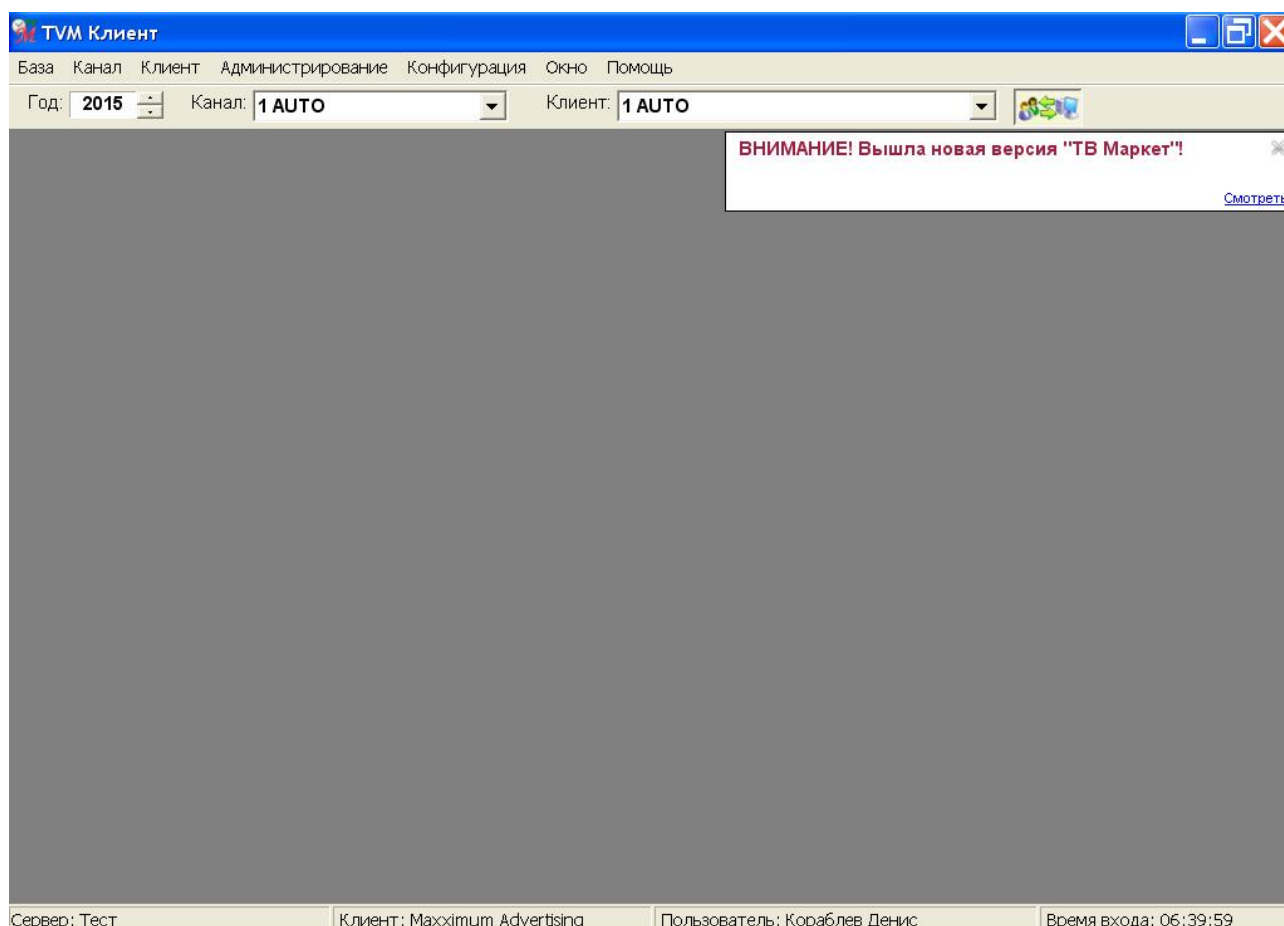


Рисунок 6.4. Сообщение о наличии новой версии Программы

3. Работа с телевизионными каналами

Функции по работе с каналами сосредоточены в закладке меню «Канал», которая появляется на панели меню в административном модуле «ТВ Маркет» после установки соединения с сервером (в том случае, если пользователь обладает достаточными правами).

Закладка меню «Канал» позволяет (см. рис. 7):

- работать с информацией о существующих в базе данных телевизионных каналах: искать необходимый, добавлять новый, вносить изменения в уже созданный;
- просматривать, создавать и редактировать шаблонные телепередачи;
- просматривать, создавать и редактировать прайс-листы для шаблонных телепередач;
- работать с телевизионной сеткой, в т.ч. загружать её на любую неделю, изменять фильтр отображения телесетки, проверять телесетку на соответствие законодательным ограничениям по рекламе, создавать и редактировать телевизионную сетку, загружать её из внешних файлов и записывать её во внешние файлы, выгружать монтажные листы во внешние файлы формата электронных таблиц MS Excel;

- создавать и выгружать во внешние файлы формата электронных таблиц MS Excel отчёты, среди которых «Отчёт № 1 по объёмам и стоимостям» размещённых видеороликов на канале и «Отчёт № 3 по доходам телепередач».

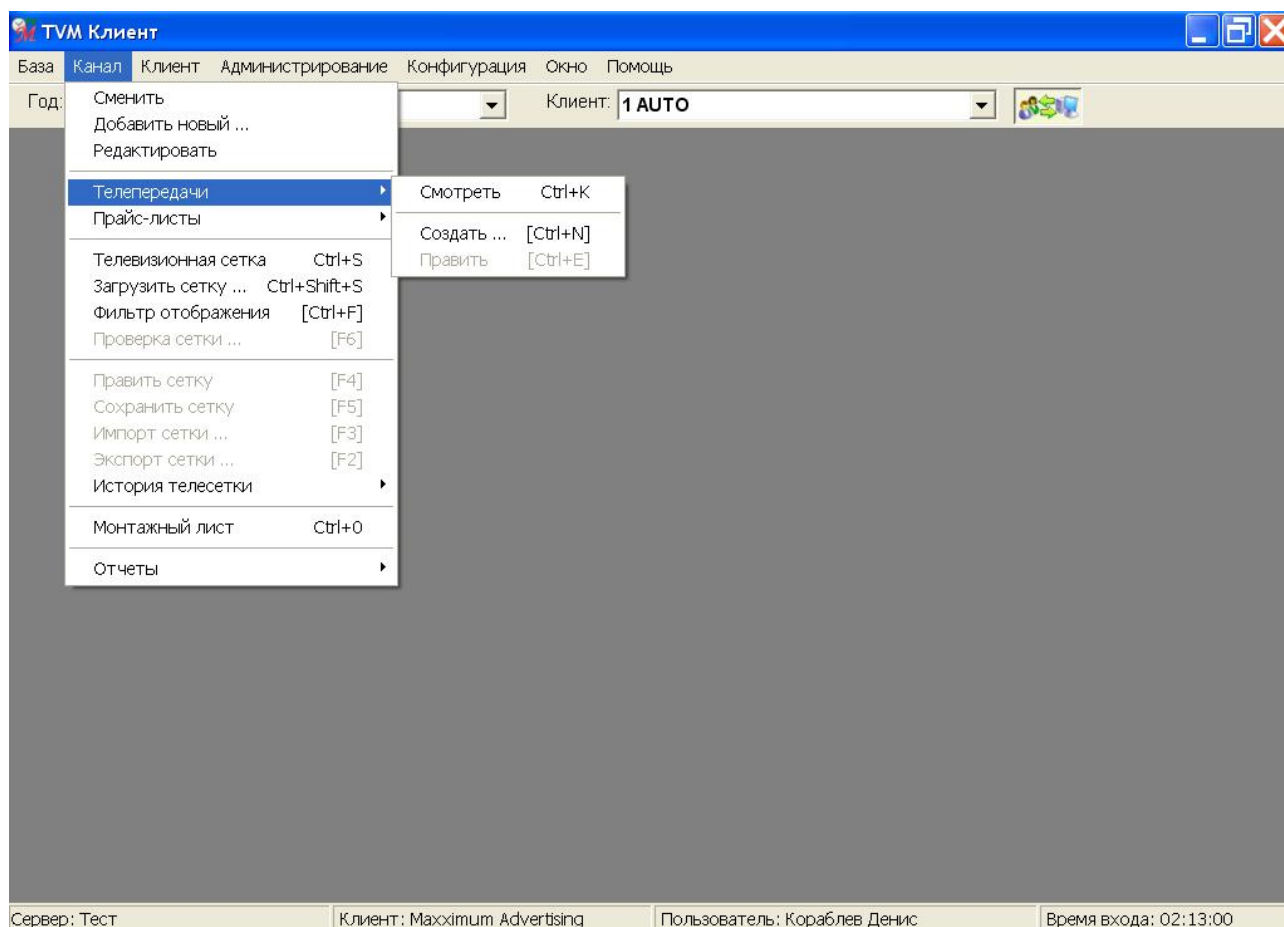


Рисунок 7. Закладка меню «Канал»

3.1. Создание нового канала

Чтобы добавить новый канал в базу, необходимо в закладке меню «Канал» выбрать пункт «Добавить новый ...». В ответ на это действие в рабочей области главного окна Программы откроется форма добавления канала (см. рис. 8).

Необходимо в неё внести информацию о канале: его условное название, время начала ежедневного вещания, в часах / минутах (с этого времени будут начинаться все телевизионные сетки на канале – как правило, это 06:00 или 07:00), а также выбрать одну или несколько целевых аудиторий, на которые может быть рассчитано транслирование рекламы на данном канале (при этом, первая целевая аудитория в списке считается основной целевой аудиторией для канала).

Также поддерживается дополнительная возможность задать до 8 промежутков времени PRIMETIME для канала отдельно для рабочих и

отдельно для выходных дней. Все остальное время, не попавшее в промежутки PRIMETIME, будет временем OFFPRIMETIME.

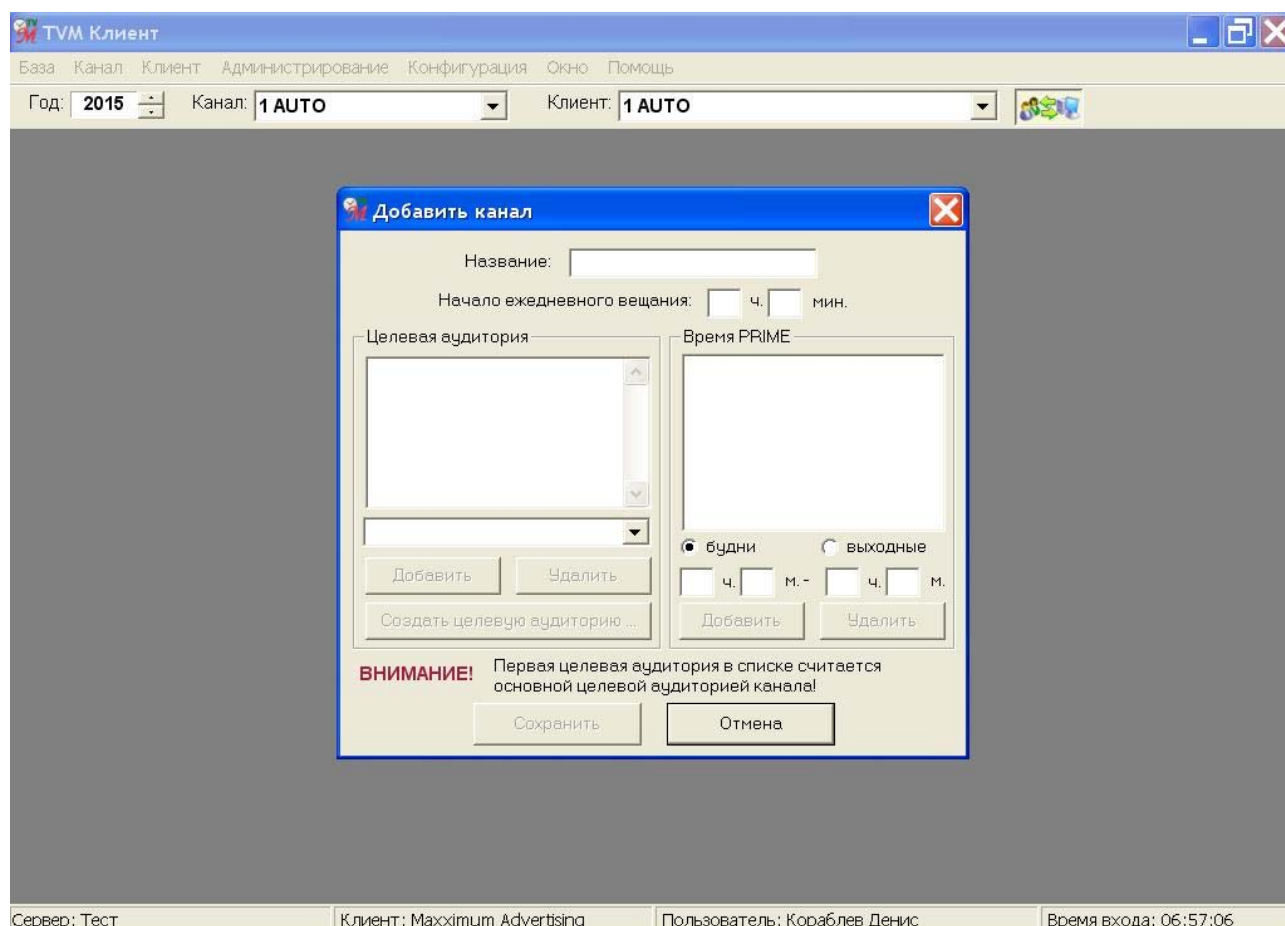


Рисунок 8. Создание нового канала

Программа позволяет продавать рекламу в промежутках времени PRIMETIME и OFFPRIMETIME по различным ценам для одного и того же заказа. Попадание видеоролика в промежуток времени PRIMETIME определяется по моменту старта рекламного блока, в котором он размещён (а не старта самого видеоролика).

Для добавления новой целевой аудитории канала необходимо выбрать необходимую аудиторию в выпадающем списке, после чего нажать кнопку «Добавить». Выбранная целевая аудитория будет перемещена в список отобранных аудиторий, действующих для редактируемого канала. Для удаления целевой аудитории из списка отобранных аудиторий необходимо выделить удаляемую аудиторию, щёлкнув по ней левой кнопкой мыши, после чего нажать кнопку «Удалить».

Списки промежутков времени PRIMETIME для будних и выходных дней переключаются кнопками «будни» и «выходные».

Для добавления нового промежутка времени PRIMETIME необходимо задать стартовое время, указав его час и минуту, далее задать конечное время, указав его час и минуту, после чего нажать кнопку «Добавить». Введённый промежуток, если он не пересекается с уже имеющимися промежутками времени, будет помещён в список введённых промежутков. Для удаления

промежутка времени PRIMETIME из списка введенных промежутков необходимо выделить удаляемый промежуток, щёлкнув по нему левой кнопкой мыши, после чего нажать кнопку «Удалить».

Следует обратить внимание, что в промежутке времени PRIMETIME стартовое время входит в этот промежуток, а конечное время – не входит и является OFFPRIMETIME. Например, в промежутке времени PRIMETIME с 20.00 до 21.00 время PRIMETIME будет с 20.00 до 20.59 включительно, а с 21.00 снова начнётся время OFFPRIMETIME.

После внесения всех необходимых данных необходимо нажать на кнопку «Сохранить». Если всё было введено без ошибок, новый канал будет добавлен в базу данных. Для отмены создания нового канала необходимо нажать на кнопку «Отмена» или закрыть форму.

3.2. Редактирование существующего канала

Внести изменения в существующую в базе данных информацию о канале позволяет функция редактирования канала. Для этого необходимо сначала выбрать требуемый канал на панели фильтров главного окна Программы в качестве текущего активного канала, после чего на панели меню в закладке «Канал» следует выбрать пункт «Редактировать».

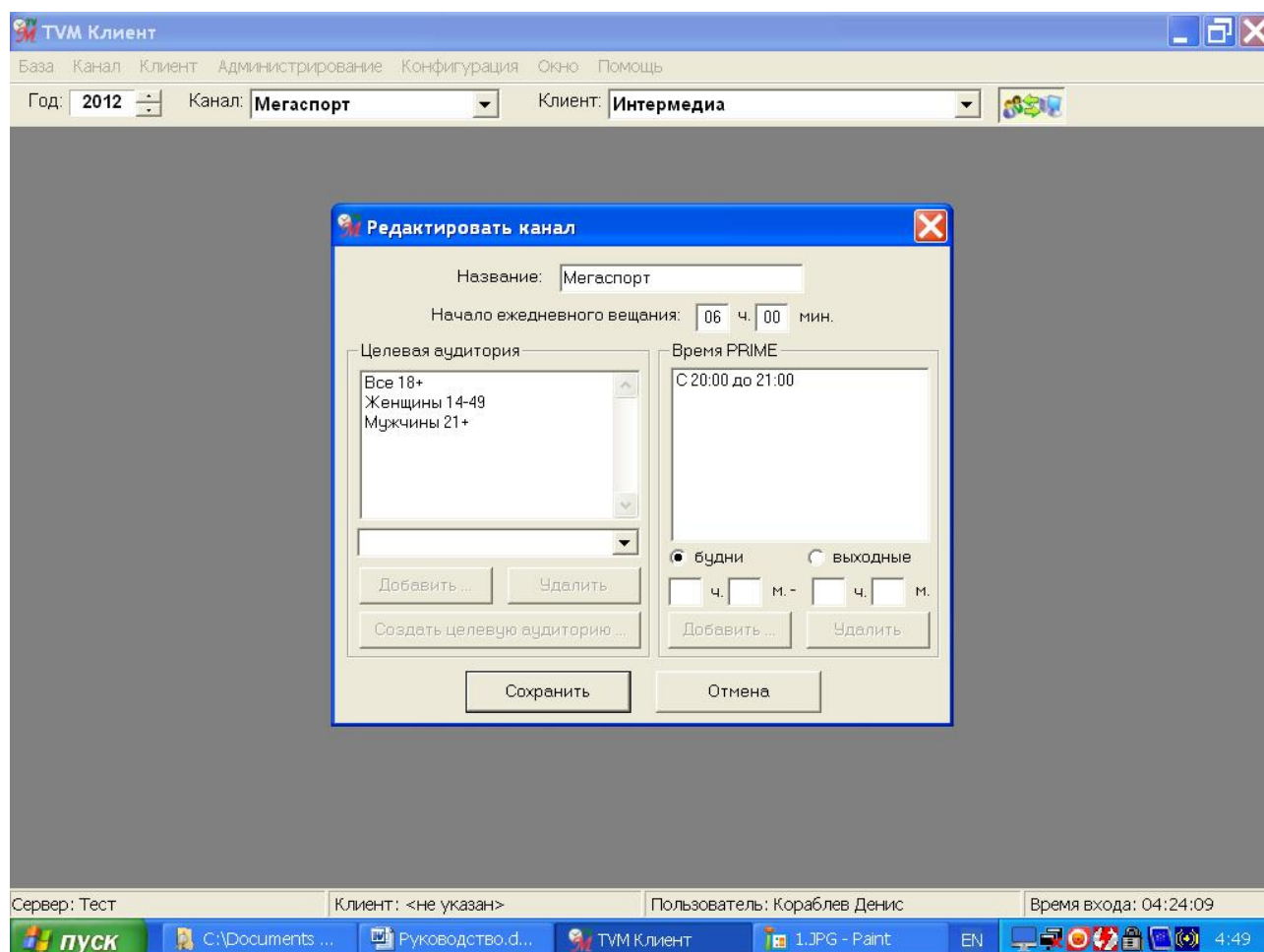


Рисунок 9. Окно редактирования канала

В ответ на данное действие на экране будет отображена форма редактирования канала, поля которой будут заполнены значениями текущих параметров канала (см. рис. 9).

Необходимо внести все требуемые правки и сохранить изменения. Например, если время начала вещания на канале изменилось с 7.00 на 6.00, в поле «Начало ежедневного вещания» надо заменить значение часов с «07» на «06».

Следует обратить внимание, что все параметры канала, за исключением его названия, могут повлиять на образы телевизионных сеток или условия размещения видеороликов. Поэтому они должны редактироваться до того момента, пока в базе данных появятся телевизионные сетки и размещения на данном телеканале.

3.3. Смена текущего активного канала

Текущий выбранный канал всегда отображается в поле «Канал» на панели фильтров.

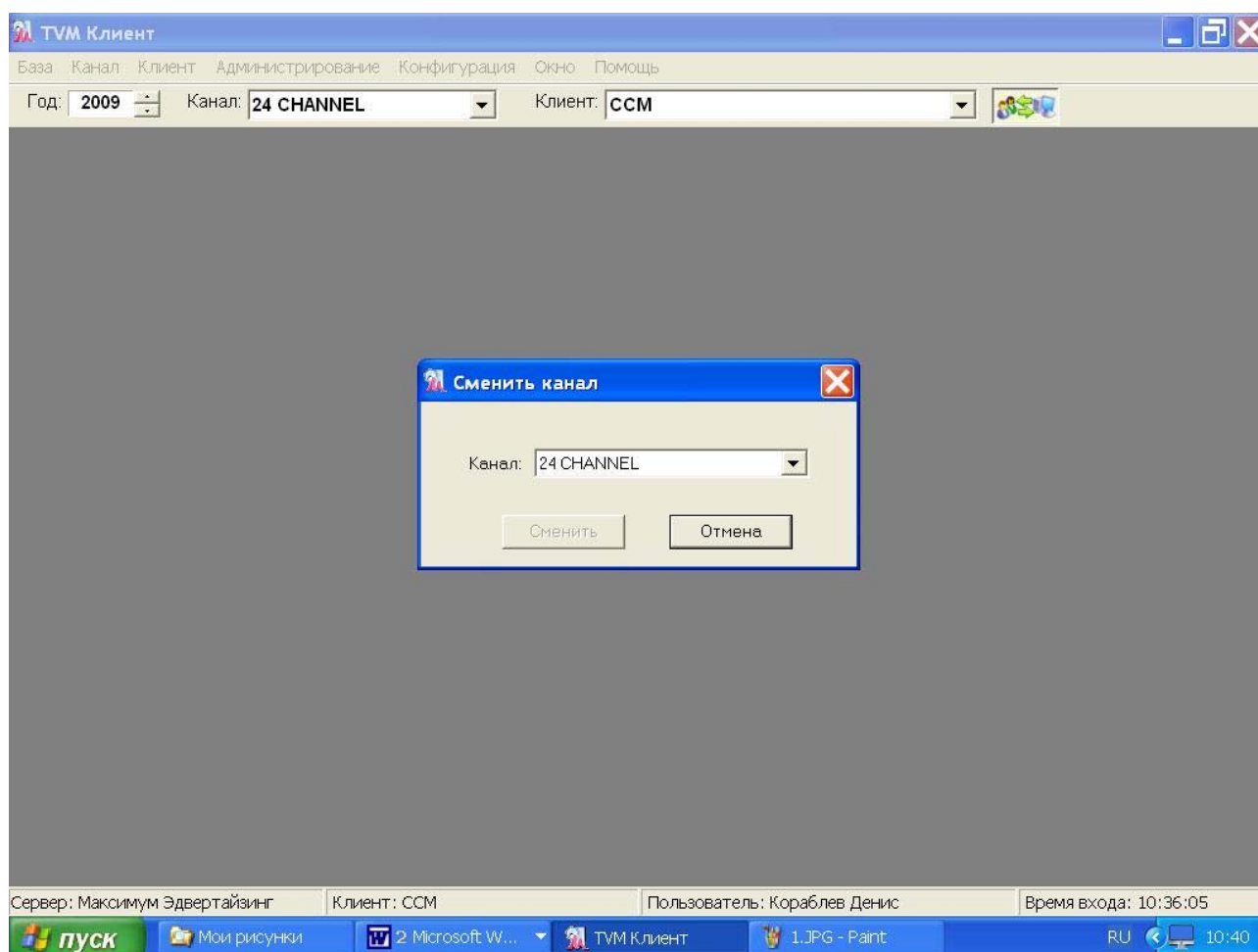


Рисунок 10. Смена текущего активного канала

Для того, чтобы изменить текущий активный канал, пользователю необходимо:

- на панели фильтров главного окна Программы с помощью кнопки выпадающего списка  мышкой выбрать в перечне существующих в базе каналов требуемый канал;
- в закладке меню «Канал» выбрать пункт «Сменить» после чего в появившейся форме (см. рис. 10) нажать на кнопку выпадающего списка, кликнуть мышкой на требуемом канале, после чего нажать кнопку «Сменить».

3.4. Создание на канале шаблонных телепередач

Текущая версия Программы позволяет при редактировании телесеток создавать в них телепередачи, которые не внесены в базу данных (т. н. «разовые» телепередачи), и одновременно втягивать в телесетки телепередачи из базы данных (т. н. «шаблонные» телепередачи).

Основное отличие между этими двумя видами телепередач касается размещений по типу Spot-minute и заключается в том, что цена в прайс-листе может быть указана только для телепередачи, существующей в базе данных. **Поэтому размещение по типу Spot-minute возможно только в шаблонных телепередачах!**

На размещения по типу GRP и Spot вид телепередач не играет никакой роли.

Чтобы добавить в базу данных информацию о новой шаблонной телепередаче, на панели меню в закладке «Канал» необходимо выбрать пункты «Телепередачи» – «Создать» либо нажать стандартную комбинацию горячих клавиш «Ctrl+N» при открытом окне телепередач, отображающемся поверх остальных окон.

В ответ на это действие в рабочей области главного окна Программы будет отображена соответствующая форма (см. рис. 10.1).

Для новой шаблонной телепередачи необходимо выбрать жанр, ввести её условное общее название, задать ориентировочное время выхода, ориентировочную продолжительность (в формате часы / минуты), ориентировочную комбинацию дней выхода, после чего нажать на кнопку «Сохранить».

Если вводимой телепередачи ещё не существует в базе данных, и время задано правильно, шаблонная телепередача будет добавлена в базу данных.

При этом, следует обратить внимание на два момента.

Во-первых, каждая шаблонная телепередача при добавлении её в телесетку может быть дополнена факультативным собственным названием в дополнение в своему жанру и общему названию из базы данных либо использоваться без такого собственного названия.

Во-вторых, шаблонные телепередачи в Программе должны быть уникальными не по своему общему названию вообще, а только в рамках своего жанра, т.е. уникальность телепередачи определяется комбинацией «Жанр» – «Общее название». Это означает, что могут существовать шаблонные

телепередачи с одинаковыми общими названиями, но в разных жанрах, и это будут абсолютно разные телепередачи с точки зрения Программы. Именно по этой причине в телесетках и таблицах размещения названия шаблонных телепередач всегда отображаются вместе с их жанрами, в формате *Общее название (Жанр)* или *Общее название "Собственное название" (Жанр)*. Например, «Новости (Информационная программа)», «Мультфильм "Рио 2" (Детская программа)».

Ориентировочные продолжительность телепередачи, дни и время выхода существуют только для того, чтобы подсказать Программе наиболее вероятное местоположение шаблонной телепередачи в телесетке, но это никак не препятствуют пользователю при редактировании телесетки втянуть шаблонную телепередачу в любое место телесетки и задать ей иную продолжительность.

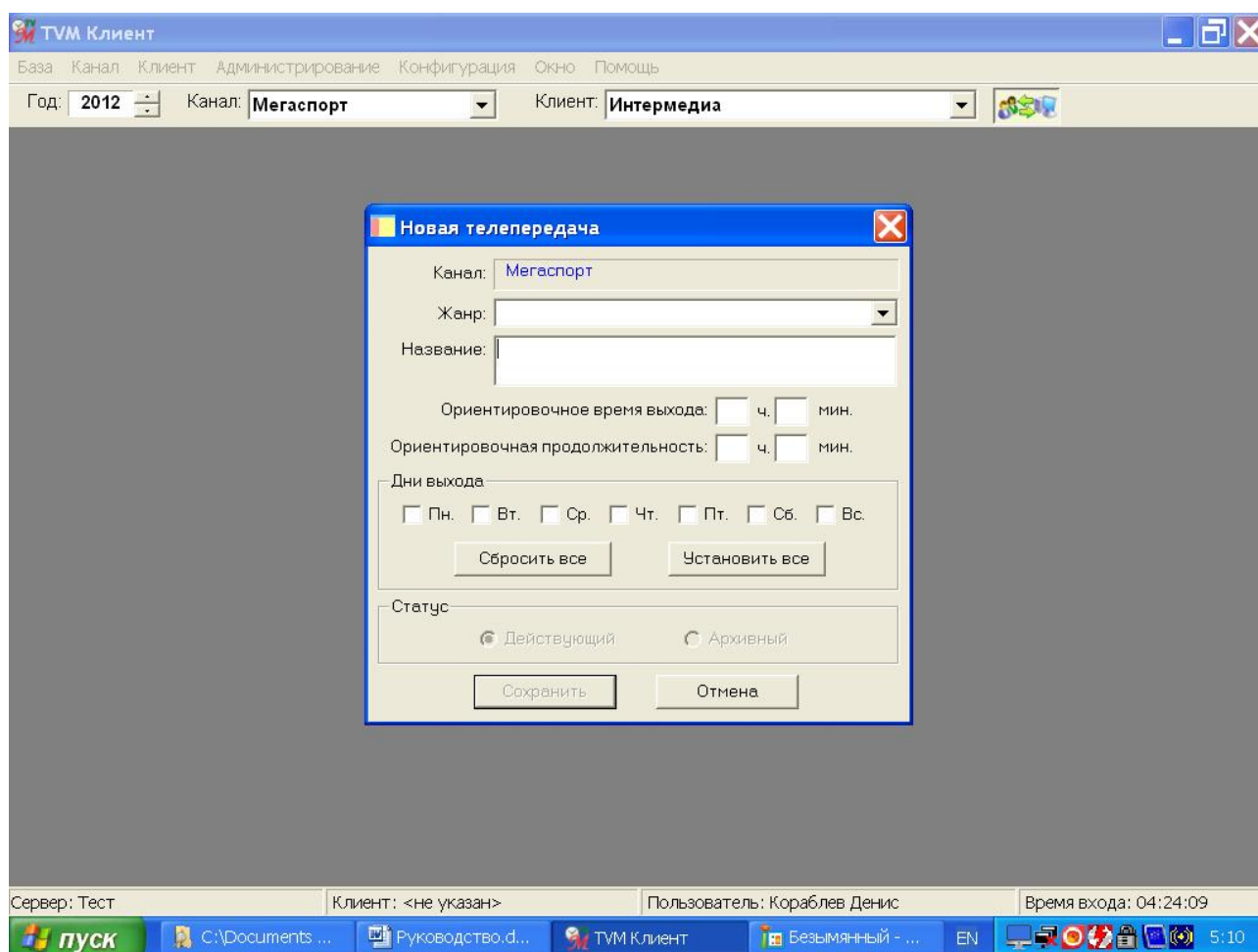


Рисунок 10.1. Создание шаблонной телепередачи

Если дни выхода шаблонной телепередачи невозможно указать на момент её создания в базе данных, рекомендуется задавать комбинацию всех дней, чем не задавать ни одного дня, поскольку Программа выдаёт дополнительное предупреждение при вставке шаблонной телепередачи не в «свой» день, хотя и не запрещает этого делать.

Установить быстро комбинацию всех дней при создании или редактировании телепередачи можно, нажав на кнопку «Установить все», также, как и сбросить все дни можно, нажав на кнопку «Сбросить все».

3.6. Редактирование шаблонных телепередач

Выделенную шаблонную телепередачу в окне телепередач при необходимости можно отредактировать. Для этого необходимо в закладке меню «Канал» выбрать пункты «Телепередачи» – «Править» либо нажать стандартную комбинацию горячих клавиш «Ctrl+E» при открытом окне телепередач, отображающемся поверх остальных окон. В результате на экране будет отображена соответствующая форма (см. рис. 10.3).

После внесения всех требуемых изменений необходимо нажать на кнопку «Сохранить».

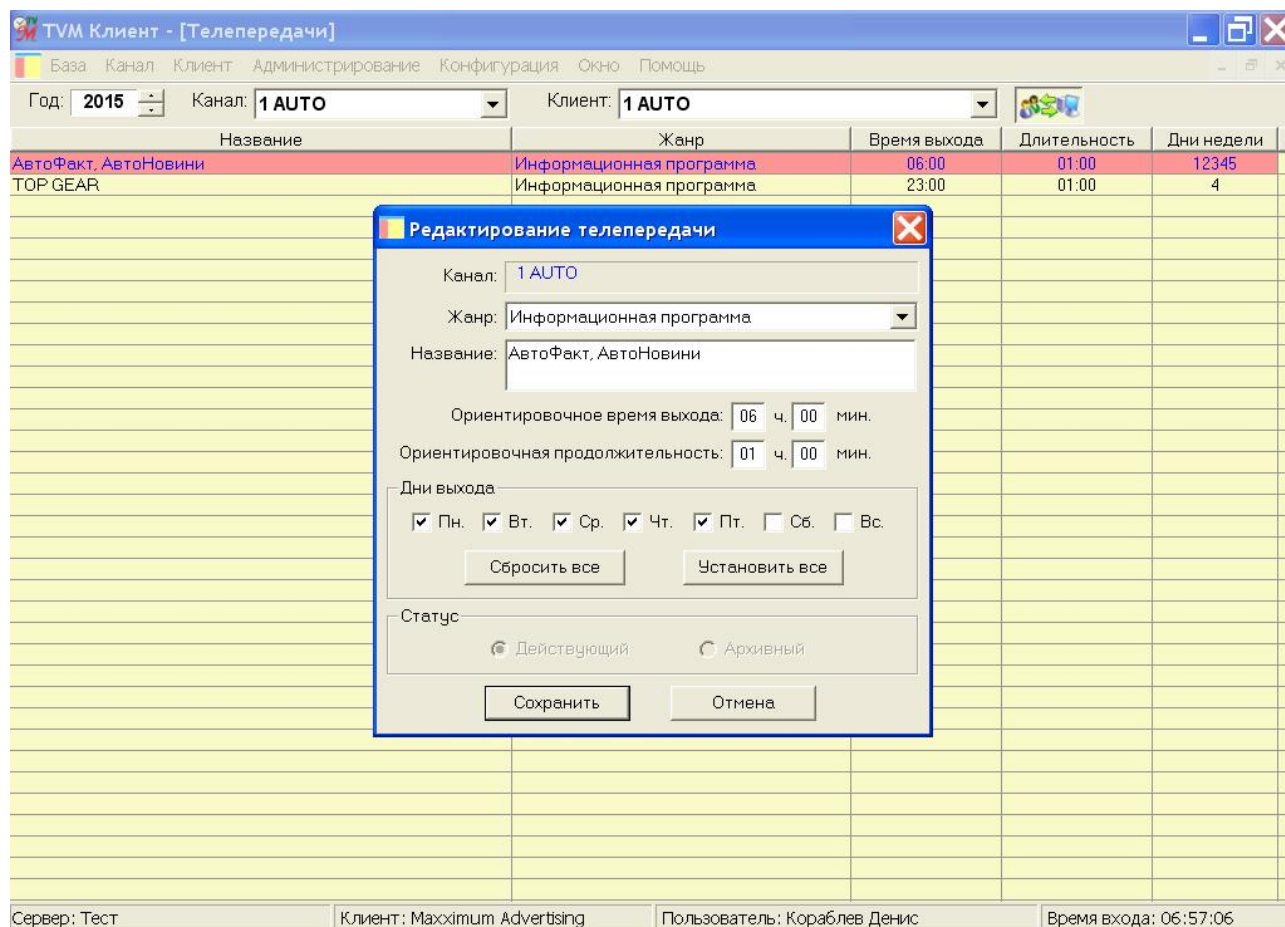


Рисунок 10.3. Редактирование шаблонной телепередачи

3.7. Поддержка на канале прайс-листов

Прайс-листы необходимы для размещения видеороликов по типу Spot-minute. Они задают базовую цену выхода 30-секундного видеоролика (или 60-секундного видеоролика, в соответствии с текущими настройками сервера) внутри шаблонных телепередач в зависимости от ряда условий.

В текущей версии Программы прайс-листы поддерживаются только в разрезе шаблонных телепередач, позволяя просматривать в окне прайс-листов одновременно только цену размещения для текущей выбранной телепередачи.

Для каждой из шаблонных телепередач прайс-лист состоит из некоторого набора записей, каждая из которых задаёт цену для одной комбинации условий.

К условиям прайс-листа относятся:

- Диапазон дат прайс-листа (обязательное условие). Задаётся в виде начальной «Прайс от» и конечной «Прайс по» дат прайс-листа. Могут существовать записи с одинаковыми прочими условиями, но разными диапазонами дат прайс-листа и, соответственно, разными ценами размещения. В каждом заказе типа Spot-minute указывается дата прайс-листа, к которой он привязан, и для этого заказа извлекаются рядки прайс-листа только из того диапазона дат, в который попадает дата прайс-листа заказа;
- Период выхода телепередачи в эфир (обязательное условие). Задаётся в виде начальной «Эфир от» и конечной «Эфир по» дат выхода телепередачи в эфир. Могут существовать записи с одинаковыми прочими условиями, но разными датами выхода телепередачи в эфир и, соответственно, разными ценами размещения. Дата выхода телепередачи в эфир определяется днём телесетки, в котором запланирована трансляция данной телепередачи;
- Период размещения видеороликов в рекламные блоки телепередачи (обязательное условие). Задаётся в виде начальной «Вставка от» и конечной «Вставка по» дат размещения. Могут существовать записи с одинаковыми прочими условиями, но разными датами размещения и, соответственно, разными ценами размещения. Дата размещения определяется днём (по часам сервера), когда пользователь пытается разместить видеоролик в один из рекламных блоков данной телепередачи;
- Время выхода телепередачи в эфир (обязательное условие). Задаётся временным промежутком «Время от» и «Время до» в формате «часы / минуты», когда должна начинаться данная телепередача. При этом стартовое время включается во временной промежуток, а конечное время уже не включается. Могут существовать записи с одинаковыми прочими условиями, но разными временными промежутками начала телепередачи и, соответственно, разными ценами размещения. Время выхода в эфир определяется временем начала телепередачи, которое указывается при вставке данной телепередачи в телесетку;
- Дни недели выхода телепередачи в эфир (обязательное условие). Задаётся комбинацией дней недели, когда телепередача должна выйти в эфир. Могут существовать записи с одинаковыми прочими условиями, но разными комбинациями дней выхода в эфир и, соответственно, разными ценами размещения. День выхода в эфир определяется днём телесетки, в котором запланирована трансляция данной телепередачи;
- Порядковый номер рекламного блока (факультативное условие). Задаётся порядковым номером рекламного блока, на который распространяется цена из данного рядка прайс-листа. Если номер блока не указан, считается, что цена распространяется на все рекламные блоки в рамках

данной телепередачи, на которые не указаны отдельные цены по порядковым номерам этих блоков. Могут существовать записи с одинаковыми прочими условиями, но разными рекламными блоками и, соответственно, разными ценами размещения. Порядковый номер рекламного блока определяется номером по счёту (начиная с 1) рекламного блока внутри данной телепередачи;

- **Время выхода в эфир рекламного блока (факультативное условие).** Задаётся временем в формате «часы / минуты», начиная с которого должен выйти в эфир рекламный блок внутри данной телепередачи, чтобы на него распространялась цена из этого рядка прайс-листа. Если это условие не указано, то цена распространяется на все рекламные блоки, на которые не наложены ограничения по времени выхода в эфир и другим условиям. Могут существовать записи с одинаковыми прочими условиями, но разным временем выхода в эфир рекламного блока и, соответственно, разными ценами размещения. Время выхода в эфир определяется временем начала рекламного блока, которое указывается при вставке данного блока во внутрь телепередачи при редактировании телесетки.

3.8. Просмотр существующих на канале прайс-листов

Чтобы просмотреть информацию о существующих в базе данных прайс-листах для текущего активного телеканала, необходимо в закладке меню «Канал» выбрать пункты «Прайс-листы» – «Смотреть» либо нажать комбинацию горячих клавиш «Ctrl+L». В результате на экране отобразится пустое окно прайс-листов (см. рис. 10.4).

Окно прайс-листов в верхней своей части содержит панель управления, на которой расположены кнопка-переключатель выбора действующих или архивных рядков прайс-листа , а также поля «Жанр» и «Телепередача» для выбора из базы данных шаблонной телепередачи, для которой необходимо отобразить прайс-лист.

При выборе на панели управления комбинации «Жанр» и «Телепередача» происходит отображение в таблицу всех имеющихся рядков прайс-листа: либо действующих, либо архивных, в зависимости от состояния кнопки-переключателя. Если переключатель отображен в цвете  (кнопка отжата), выводятся действующие рядки прайс-листа. Если переключатель отображен в серых тонах  (кнопка нажата), выводятся архивные рядки прайс-листа.

В колонках таблицы прайс-листов отображаются условия размещения, цена 30-секундного ролика и валюта, в которой указана цена (см. рис. 10.5). При этом колонки «Время от» и «Время до» задают время выхода телепередачи в эфир, колонка «Блок» – порядковый номер рекламного блока, колонка «Время РБ» – время выхода в эфир рекламного блока, колонки «Эфир от» и «Эфир по» – период выхода телепередачи в эфир, колонки «Вставка от» и «Вставка по» –

период размещения роликов в рекламные блоки телепередачи, а колонки «Прайс от» и «Прайс до» – диапазон дат прайс-листа для заказов.

Рисунок 10.4. Пустое окно прайс-листов

В колонке «Дни недели» отображаются дни недели выхода телепередачи в эфир. Комбинация дней недели показана в виде числа, цифры которого с 1 до 7 соответствуют дням с понедельника до воскресенья.

В Программе существует возможность задавать цену в прайс-листах в любой валюте для каждого рядка отдельно. Каждый раз при размещении видеоролика в рамках заказа Spot-minute цена из прайс-листа пересчитывается из указанной валюты в прайс-листе в валюту договора, к которому относится размещаемый заказ (при этом используются текущие кросс-курсы валют).

Кроме того, в Программе существует возможность отображать цену в прайс-листах в формате за 30-секундный видеоролик или в формате за 60-секундный видеоролик. Эта возможность регулируется на сервере в его опциях и действует на всю сеть клиентов одновременно. При каждой загрузке рядков прайс-листа в клиентскую часть Программы одновременно передаётся текущий формат цен прайс-листа, установленный на сервере. Этот действующий формат отображается в заголовке колонки «Цена» окна прайс-листов. Для цен в формате за 30-секундный видеоролик заголовок колонки имеет вид «Цена (30")», а для цен в формате за 60-секундный видеоролик заголовок колонки имеет вид «Цена (60")».

области главного окна Программы будет отображена соответствующая форма (см. рис. 10.6).

В её верхней части отображаются канал, жанр и общее название шаблонной телепередачи, в прайс-лист которой добавляется новый рядок.

Необходимо заполнить поля диапазона времени выхода телепередачи в эфир, периода и дней выхода телепередачи в эфир, периода размещения роликов в рекламные блоки телепередачи, периода дат прайс-листа, значения цены и валюты, в которой эта цена указана, а также статуса рядка.

Рисунок 10.6. Добавление нового рядка в прайс-лист

При необходимости распространить действие данного рядка прайс-листа на отдельный рекламный блок, необходимо дополнительно щёлкнуть по кнопке-переключателю «Один блок», после чего ввести порядковый номер рекламного блока и время выхода этого блока в эфир.

Наличие среди полей формы поля статуса рядка позволяет создавать как действующие рядки, так и временно недоступные для использования (архивные). После заполнения всех полей для записи информации в базу данных необходимо нажать кнопку «Сохранить».

Если все поля заполнены правильно, и введённый рядок не пересекается с уже имеющимися рядками прайс-листа, информация о нём будет добавлена в базу данных. В противном случае на экран будет отображено сообщение «Пересечение рядков прайс-листа!», и новый рядок добавлен не будет.

В текущей версии Программы существует возможность ускоренного создания ряда прайс-листа по образцу из другого ряда. Для этого необходимо выделить требуемый рядок-образец в таблице прайс-листа, после чего выполнить команду создания нового ряда. В результате на экране будет отображена форма создания нового ряда прайс-листа, в которой уже будут заполнены все поля значениями текущего выделенного ряда-образца (см. рис. 10.7). Далее требуется лишь внести в отдельные поля формы необходимые изменения, которые должны отличать рядок-образец от создаваемого ряда прайс-листа.

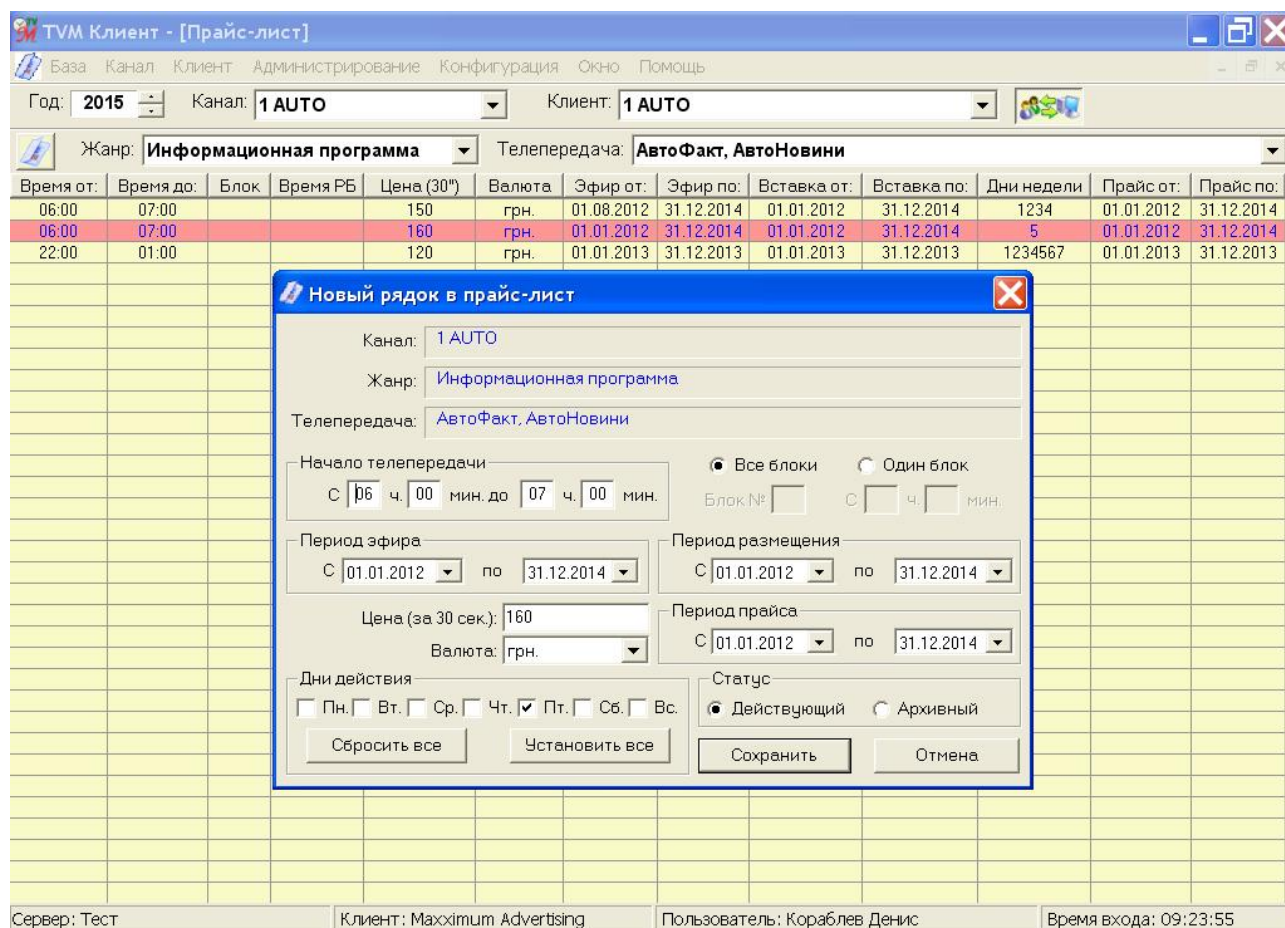


Рисунок 10.7. Создание ряда прайс-листа по образцу

3.10. Редактирование прайс-листов

Выделенный рядок прайс-листа при необходимости можно отредактировать. Для этого необходимо в закладке меню «Канал» выбрать пункты «Прайс-листы» – «Править» либо нажать стандартную комбинацию горячих клавиш «Ctrl+E» при открытом окне прайс-листов, отображающемся поверх остальных окон. В результате на экран будет отображена соответствующая форма (см. рис. 10.8).

После внесения всех требуемых изменений необходимо нажать на кнопку «Сохранить». Для отмены редактирования ряда прайс-листа необходимо нажать на кнопку «Отмена» или закрыть форму.

Подобным методом осуществляется изменение статуса рядков прайс-листа с действующих на архивные, и наоборот, с архивных на действующие. При этом, архивным можно сделать только тот рядок прайс-листа, по которому не произведено ни одного размещения видеоролика и не существует точной архивной копии такого же рядка. Действующим можно сделать рядок, который не пересекается по условиям размещения ни с одним из действующих рядков.

The screenshot shows the 'TVM Клиент - [Прайс-лист]' application window. At the top, there are filters for Year (2015), Channel (1 AUTO), and Client (1 AUTO). Below these are dropdowns for Genre (Информационная программа) and Teletransmission (АвтоФакт, АвтоНовини). A table displays price list entries with columns: Time from, Time to, Block, Time RB, Price (30"), Currency, Broadcast from, Broadcast to, Insertion from, Insertion to, Days of the week, Price from, and Price to. A modal dialog titled 'Редактирование рядка прайс-листа' is open, allowing editing of these fields. The dialog includes sections for start/end times, broadcast/insertion periods, price/currency, days of activity, and status (Active/Archived). Buttons for 'Сбросить все', 'Установить все', 'Сохранить', and 'Отмена' are at the bottom of the dialog. The status bar at the bottom shows 'Сервер: Тест', 'Клиент: Maximum Advertising', 'Пользователь: Кораблев Денис', and 'Время входа: 06:12:51'.

Рисунок 10.8. Редактирование рядка в прайс-листе

4. Работа с телевизионными сетками

Телевизионная сетка может существовать на каждом телеканале для каждой недели в году и представляет собой таблицу, состоящую из 7 колонок (по 1 колонке на каждый день недели), которые содержат телепередачи и служебные вставки (рекламные блоки) на все дни недели. В каждой колонке отображается информация о названии и времени выхода в эфир каждой телепередачи, а также о типе, времени выхода и длительности всех рекламных блоков (см. рис. 11). Текущая версия Программы поддерживает 11 типов служебных вставок (рекламных блоков). Это: коммерческая реклама (КР),

социальная реклама (СР), политическая реклама (ПР), региональная реклама (РР), спонсорская заставка (СЗ), партнёр показа (ПП), анонс (АН), логотип (ЛГ), баннер (БН), бегущая строка (БС) или устное объявление (УО). Длительность всех типов рекламных блоков, кроме бегущей строки, измеряется в секундах. Длительность рекламного блока бегущей строки измеряется в символах.

На экране всегда отображается телевизионная сетка того канала, который в данный момент является активным и указан в поле «Канал» панели фильтров главного окна Программы. Поля «Год» и «Клиент» панели фильтров на отображение телевизионных сеток никак не влияют.

4.1. Загрузка телевизионной сетки

Чтобы загрузить телевизионную сетку на текущую неделю для текущего активного канала необходимо в закладке меню «Канал» выбрать пункт «Телевизионная сетка» или нажать комбинацию горячих клавиш «Ctrl+S». Следует отметить, что текущая неделя при этом определяется текущей системной датой по часам той системы, из-под которой запущена клиентская часть Программы.

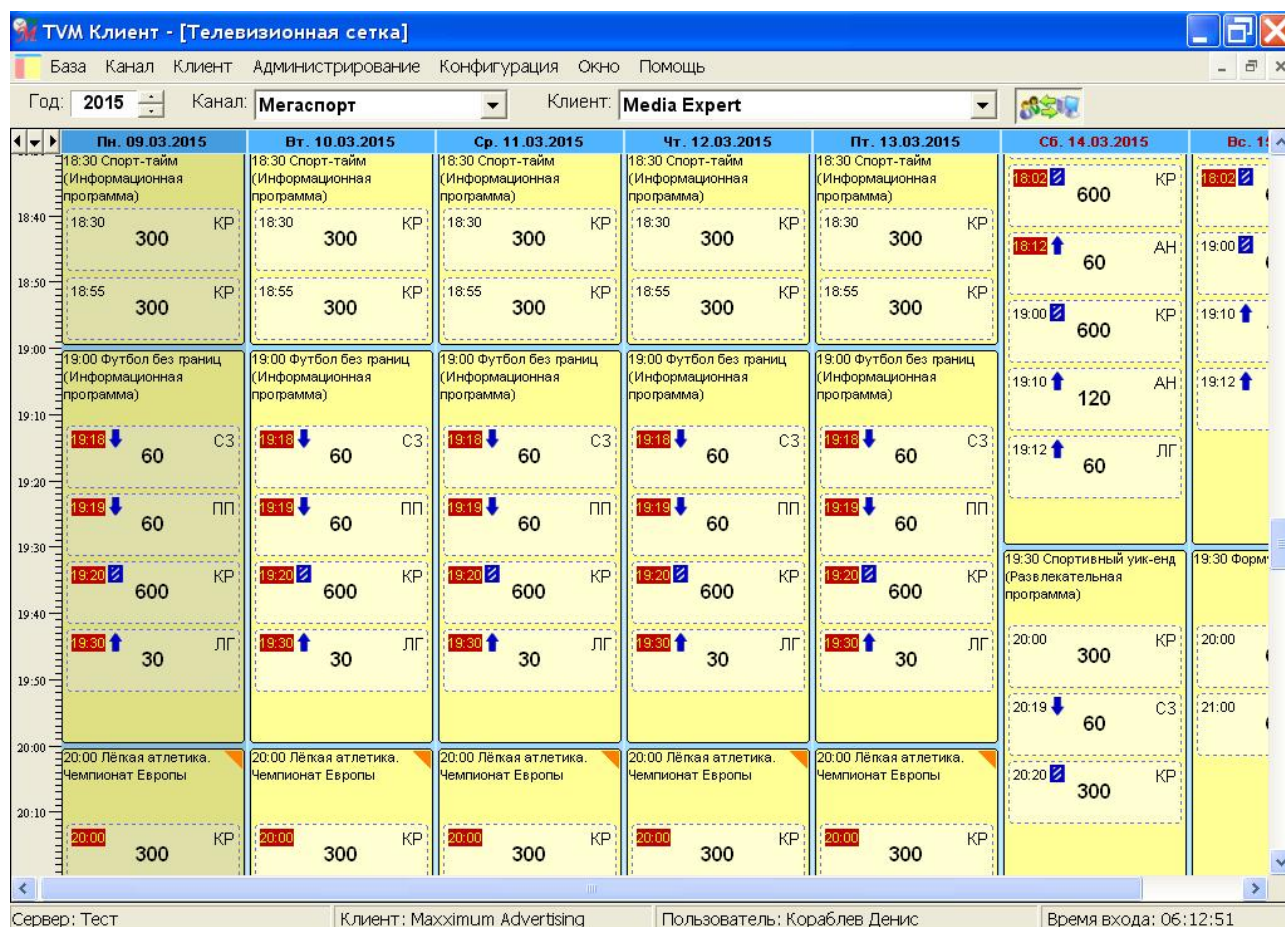
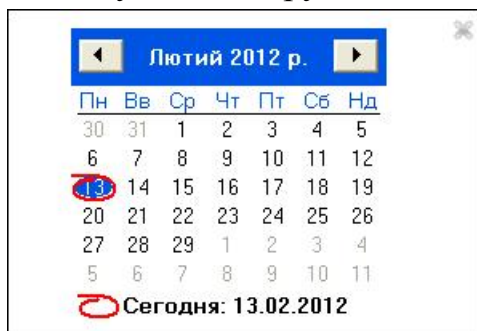


Рисунок 11. Телевизионная сетка

Для загрузки телевизионной сетки на любую другую неделю необходимо в закладке меню «Канал» выбрать пункт «Загрузить сетку...» или нажать комбинацию горячих клавиш «Ctrl+Shift+S». В результате на экране будет отображено дополнительное окно выбора даты на текущий месяц года (см. рис. ниже).

Это окно автоматически исчезает после выбора какой-либо даты, или после поступления команды принудительного закрытия этого окна без последующей загрузки телевизионной сетки.



Для выбора даты необходимо щёлкнуть левой кнопкой мыши на каком-либо дне месяца. Для перехода на соседние месяцы года необходимо нажимать на кнопки со стрелками в заголовке окна.

Для выбора любого месяца в году необходимо щёлкнуть левой кнопкой мыши на названии месяца в заголовке окна, после чего на экране появится список из всех месяцев года, любой из которых можно выбрать, щёлкнув по нему левой кнопкой мыши.

Для смены года необходимо щёлкнуть левой кнопкой мыши на значении года в заголовке окна. В результате год будет выделен для редактирования, а справа от него появятся стрелки вверх и вниз, позволяющие последовательно уменьшать и увеличивать на единицу текущее значение года. Кроме того, в этом режиме год можно ввести цифрами с клавиатуры.

Для быстрого перехода на текущую дату можно щёлкнуть левой кнопкой мыши по строке «Сегодня» в нижней части окна.

Принудительно закрыть окно, отказавшись от дальнейшей загрузки телевизионной сетки можно, щёлкнув левой кнопкой мыши на крестике, который находится в правом верхнем углу окна.

После выбора даты будет немедленно загружена телесетка на неделю, содержащую указанную дату.

4.2. Масштабирование телесетки по высоте



Телевизионная сетка отображается сразу на всю неделю и является такой, которая привязана к шкале времени. Слева на ней расположена линейка (см. рис. слева), где отображается шкала времени вещания данного канала, начиная со стартового времени вещания (указанной при создании канала) и заканчивая последней минутой перед стартовым временем вещания в следующих сутках. Шаг между подписями линейки и её цена деления зависят от вертикального размера (масштаба), в котором отображается телевизионная сетка. Этот масштаб может изменяться в пределах от 20% до 3200% от стандартного масштаба по умолчанию.

Для того, чтобы изменить вертикальный масштаб отображения телесетки, необходимо поместить курсор над линейкой времени (при этом, он изменит свой внешний вид на увеличительное стекло ) , нажать левую кнопку мыши и,

не отпуская её, двигать курсор вдоль линейки времени вверх для увеличения масштаба либо вниз для его уменьшения. Масштаб при этом будет изменяться крупным шагом между значениями, округлёнными до 100%.

Если перед изменением масштаба телесетки предварительно нажать клавишу «Shift» и удерживать её в нажатом состоянии во время изменения масштаба телесетки, то масштаб будет изменяться мелким шагом с точностью до 1%.

При двойном щелчке левой кнопкой мыши на линейке времени установится масштаб, принятый по умолчанию – 100%.

Если просто поместить курсор над линейкой времени и выдержать паузу, то во всплывающей подсказке будет отображено текущее значение масштаба телесетки.

Для удобства пользователей Программа может работать одновременно с двумя выставленными масштабами телесетки. Быстрое переключение между этими масштабами происходит при щелчке левой кнопки мыши в рабочей области телесетки (т.е. не над линейкой телесетки и не над её заголовком) при удерживаемой в нажатом состоянии клавише «Shift». При этом, Программа после такого переключения масштаба пытается позиционировать телесетку таким образом, чтобы область, над которой произошёл щелчок мыши, осталась в том же самом месте экрана, что даёт возможность пользователю удобно редактировать телесетку одновременно и в крупном, и в мелком масштабе.

Например, если телесетка состоит в основном из телепередач длительностью от 30 до 120 минут, то с ней будет удобно работать при масштабах в диапазоне от 100 до 400%. В то же время, если в отдельных местах данная телесетка содержит телепередачи длительностью менее 30 минут или даже менее 10 минут (межпрограммные служебные вставки), то работать с такими фрагментами будет значительно более удобно при масштабах в диапазоне от 1600 до 3200%. В таком случае целесообразно сначала выставить удобный первый масштаб телесетки (например, 310%), потом переключиться и выставить удобный второй масштаб телесетки (например, 3200%). Вернувшись снова в первый масштаб, можно будет работать с большей частью телесетки в нём, переключаясь по мере необходимости на второй масштаб.

По умолчанию первый масштаб телесетки равен 100%, а второй масштаб – 3200%. Однако при завершении Программы последние значения обоих масштабов и номер активного масштаба автоматически запоминаются в настройках конфигурации и восстанавливаются при последующем запуске клиентской части Программы. Поэтому при последующих запусках Программы повторять подобные настройки в большинстве случаев уже не требуется.

Если телевизионная сетка не вмещается целиком в рабочую область Программы, с её правого и нижнего края появляются элементы прокрутки , с помощью которых телевизионную сетку можно двигать в вертикальном или горизонтальном направлениях.

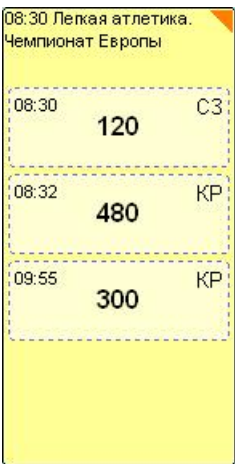
4.3. Отображение в телесетках дней, телепередач и рекламных блоков

В верхней части телевизионной сетки находится панель заголовка с днями недели и датами этих дней (в формате число / месяц / год). При этом, в зависимости от настроек цветовой схемы Программы, прошлые и будущие даты могут иметь различный фон заголовка. По умолчанию, затемнённая часть телевизионной сетки показывает прошлые дни, а более светлая часть – текущий и будущие дни.

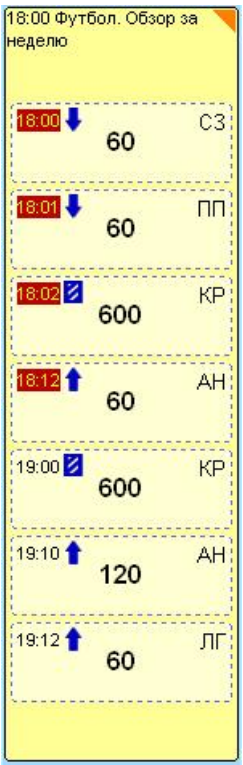
Даты дней телесетки также отображаются в двух цветах, в зависимости от того, относится день к рабочим дням или выходным. По умолчанию дата рабочих дней отображается чёрным шрифтом, а выходных (праздничных) дней – красным (см. рис. 11).

В левом верхнем углу телесетки находятся кнопки быстрого перехода  на соседние недели, а также загрузки телесетки на любую неделю. Для перехода на предыдущую неделю необходимо нажать на левую стрелку, для перехода на следующую неделю – на правую стрелку, а для загрузки телесетки на любую неделю – на стрелку вниз. При нажатии на стрелку вниз на экране появится окно выбора даты (как при выборе пункта меню «Загрузить сетку...», описанного выше) для загрузки телесетки на выбранную в нём дату.

В рабочей области телесетки блоки, ограниченные сплошной линией (в цветовой схеме по умолчанию – с тёмно-жёлтым фоном), показывают телепередачу. **Телепередачи** имеют разный размер, поскольку **привязаны к линейке времени!** Это означает, что начало и конец телепередачи всегда по линейке времени соответствуют времени её начала и окончания. Внутри каждой телепередачи отображается её название, время выхода в эфир (в формате часы / минуты), а также некоторое количество служебных вставок (рекламных блоков), которые будут транслироваться во время этой телепередачи (ограничены пунктирными линиями, залиты более светлым фоном в цветовой схеме по умолчанию). **Рекламные блоки** имеют одинаковый размер, поскольку **не привязаны к линейке времени!**



Например, из рисунка слева видно, что в 08.30 в эфире показ чемпионата Европы по лёгкой атлетике, в течение которого будет транслироваться одна спонсорская заставка (в 08:30) и два рекламных блока, в 08:32 и 09:55. Цифра в центре каждого рекламного блока означает его общую длительность (в секундах / символах), подпись в правом верхнем углу – его тип, а в левом верхнем углу – время выхода рекламного блока в эфир. Если время выхода блока в эфир указано на отличительном фоне (в цветовой схеме по умолчанию – на красном фоне), это означает, что данный блок выходит в промежуток времени PRIMETIME. В противном случае блок выходит в промежуток времени OFFPRIMETIME. Как видно на рисунке



слева, все 3 рекламных блока выходят в промежуток времени OFFPRIMETIME. На рисунке справа 4 первых блока выходят в промежуток времени PRIMETIME, а 3 последних блока – в промежуток времени OFFPRIMETIME.

Оранжевый уголок в правой верхней части телепередачи показывает, что данная телепередача не является шаблонной и не может иметь прайс-листа и, соответственно, не может использоваться в размещениях типа Spot-minute. Телепередачи без такого уголка (например, телепередача «Спорт-тайм» на рис. 11) являются шаблонными, их общие названия сопровождаются жанрами, указанными в круглых скобках и могут также сопровождаться собственными названиями, указанными в двойных кавычках.

Несколько соседних рекламных блоков внутри одной телепередачи могут быть объединены в группы рекламных блоков, состоящих из двух и более рекламных блоков. В каждой группе один из блоков всегда является основным, а остальные – присоединёнными блоками. Блоки могут присоединяться как до основного, так и после основного рекламного блока в группе. Для индикации группы рекламных блоков в телесетке используются специальные маркеры (в цветовой схеме по умолчанию – синего цвета): основной рекламный блок в группе справа от времени выхода в эфир содержит заштрихованный квадрат, а присоединённые рекламные блоки – фигурные стрелки. Причём, стрелки в рекламных блоках, присоединённых до основного блока в группе, направлены вниз, а стрелки в рекламных блоках, присоединённых после основного блока в группе, направлены вверх. Например, из представленного выше рисунка справа видно, что телепередача содержит две группы рекламных блоков: в первой группе рекламных блоков к основному блоку в группе присоединено 2 рекламных блока до него и 1 рекламный блок после него; во второй группе рекламных блоков к основному блоку в группе присоединено только 2 рекламных блока после него.

Особенностью группы рекламных блоков есть то, что при создании монтажного листа продолжительность всех рекламных блоков в группе устанавливается по их фактическому заполнению, а время старта всех присоединённых блоков сдвигаются вплотную к основному рекламному блоку в группе.

Таким образом, в телесетках в группах рекламных блоков указаны хронометражи и время старта только для случая максимального заполнения всех рекламных блоков, а в монтажных листах это время корректируется по их фактическому заполнению. Единственное значение, которое не меняется в телесетках и в монтажных листах для группы рекламных блоков – это время старта основного рекламного блока в группе, к которому и привязывается вся группа.

4.4. Фильтр отображения телевизионной сетки

Программа содержит специальный фильтр, который управляет отображением в ней только определённой комбинации типов рекламных блоков. Этот фильтр можно вызвать, выбрав в закладке меню «Канал» пункт

«Фильтр отображения» или нажав стандартную комбинацию горячих клавиш «Ctrl+F» при открытом окне телесетки, отображающемся поверх остальных окон.

В результате на экране появится специальная форма (см. рис. 11.1), которая покажет текущую комбинацию отображаемых типов рекламных блоков и предоставит возможность изменить эту комбинацию.

После изменения комбинации отображаемых типов рекламных блоков необходимо закрыть форму, нажав на кнопку «Закрыть» или на стандартную кнопку закрытия окна. Изменения в фильтре вступят в силу в любом случае.

Форма фильтра позволяет сразу установить все либо сбросить все типы рекламных блоков. Для этого следует воспользоваться её кнопками «Установить все» или «Сбросить все».

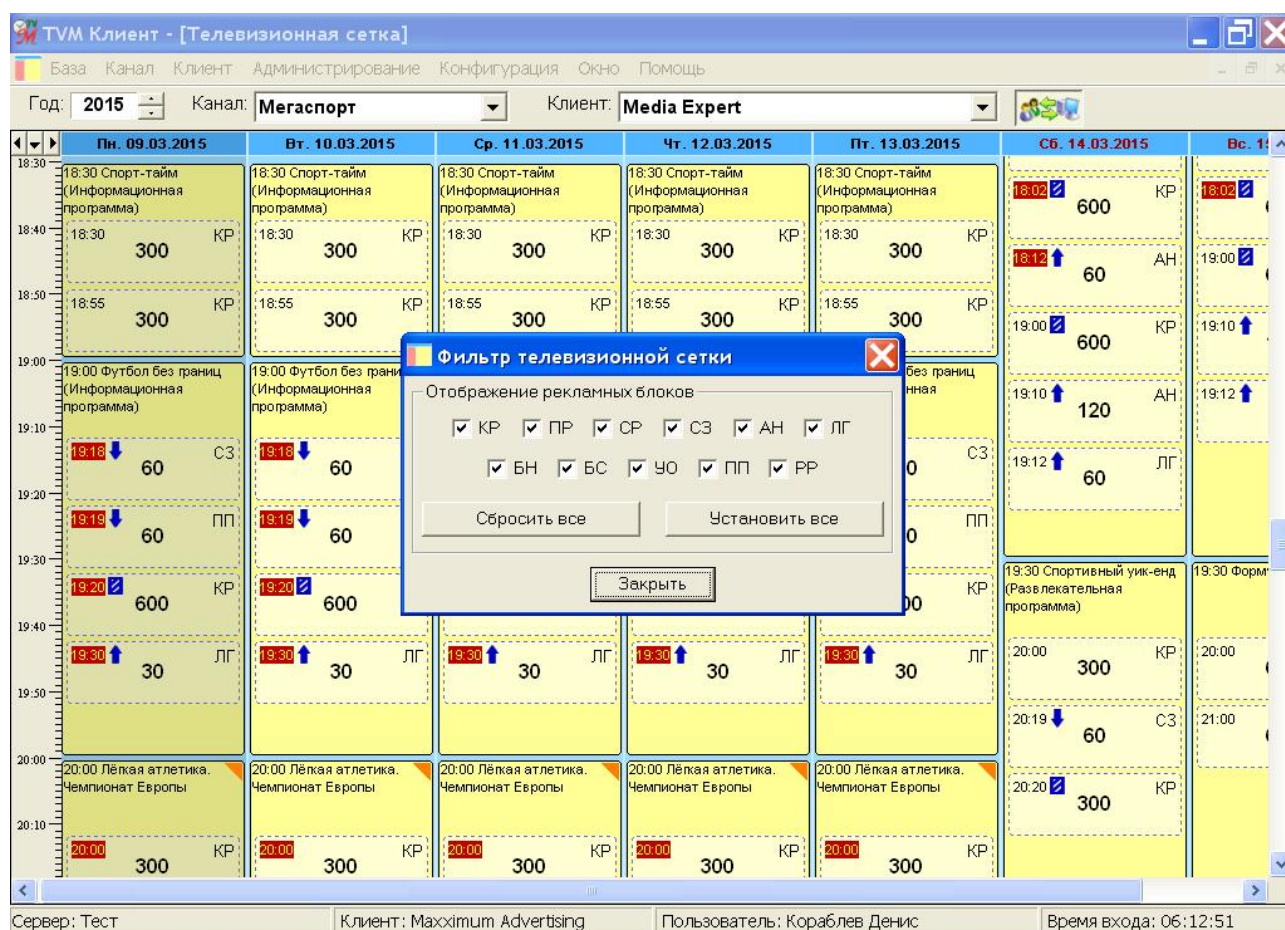


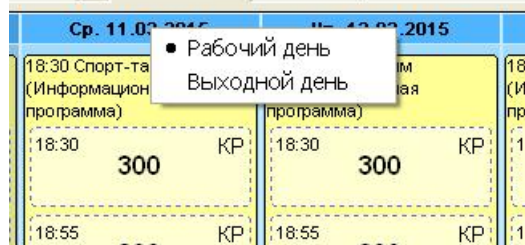
Рисунок 11.1. Фильтр отображения телевизионной сетки

4.5. Режим правки телевизионной сетки

Для того, чтобы создать или отредактировать текущую телевизионную сетку, необходимо перейти в режим правки телесетки. Для этого в закладке меню «Канал» необходимо выбрать пункт «Править сетку» либо нажать горячую клавишу «F4». Данный пункт меню будет доступен только тем пользователям, у которых имеются права на изменение телевизионных сеток.

После перехода в режим правки заголовков окна «TVM Клиент – [Телевизионная сетка]» изменится на «TVM Клиент – [Правка телевизионной сетки]». Это будет означать, что пользователь находится в режиме правки телевизионной сетки.

В режиме правки телесетки в главном меню Программы в закладке «Канал» становятся доступными пункты «Сохранить сетку», «Импорт сетки ...», «Экспорт сетки ...» и «История телесетки».



Щелчок правой кнопкой мыши на заголовке каждого дня позволяет изменить статус этого дня (рабочий / выходной день). В ответ на щелчок появляется контекстное меню с полями «Рабочий день» и «Выходной

день» (см. рис. слева). Текущий статус дня отмечен специальным стандартным индикатором (по умолчанию чёрный круг, но это зависит от настроек операционной системы). Для изменения текущего статуса дня необходимо щёлкнуть левой кнопкой мыши по противоположному статусу. Для отмены изменения текущего статуса дня необходимо щёлкнуть левой кнопкой мыши по текущему статусу.

Щелчок левой кнопкой мыши в поле дня выделяет весь день, в поле телепередачи – выделяет телепередачу, в поле рекламного блока – выделяет рекламный блок. При выделении нового элемента телесетки предыдущее выделение отменяется. Чтобы снять выделение, необходимо щёлкнуть правой кнопкой мыши на невыделенной области.

По умолчанию, выделенная область подсвечивается бледно-красным цветом, но это зависит от настроек цветовой схемы Программы.

Выделение фрагментов телесетки можно изменять с помощью клавиш управления курсором «Up», «Down», «Left», «Right», «PgUp» и «PgDn».

В частности, когда выделен целый день, нажатие клавиш «Left» и «Right» переводит выделение на предыдущий день и следующий день недели соответственно (с переходом между воскресеньем и понедельником по кругу), при этом телесетка позиционируется на начало дня.

Нажатие клавиши «PgDn» при выделенном дне переводит выделение на первую телепередачу в этом дне (при условии, если в дне имеется хотя бы 1 телепередача), при этом телесетка позиционируется на экране так, чтобы эту телепередачу было видно.

Когда выделена телепередача, нажатие клавиш «Up» и «Down» переводит выделение на предыдущую телепередачу и следующую телепередачу в дне соответственно (с переходом между последней и первой телепередачей по кругу), при этом телесетка позиционируется на экране так, чтобы выделенную телепередачу было видно.

Нажатие клавиши «PgUp» при выделенной телепередаче переводит выделение на целый день, в котором находится данная телепередача, при этом телесетка позиционируется на начало дня.

Нажатие клавиши «PgDn» при выделенной телепередаче переводит выделение на первый рекламный блок в этой телепередаче (при условии, что в ней имеется хотя бы 1 рекламный блок), при этом телесетка позиционируется на экране так, чтобы выделенный рекламный блок было видно.

Когда выделен рекламный блок, нажатие клавиш «Up» и «Down» переводит выделение на предыдущий и следующий рекламный блок в дне соответственно (с переходом между телепередачами и переходом по кругу между последним и первым рекламным блоками в дне), при этом телесетка позиционируется на экране так, чтобы выделенный рекламный блок было видно.

Нажатие клавиши «PgUp» при выделенном рекламном блоке переводит выделение на телепередачу, в которой находится данный рекламный блок, при этом телесетка позиционируется на экране так, чтобы выделенную телепередачу было видно.

4.6. Создание и редактирование телепередач

Щелчок левой кнопкой мыши на выделенном дне телесетки или нажатие клавиши «Enter» при выделенном дне вызывает редактор создания телепередачи (см. рис. 12).

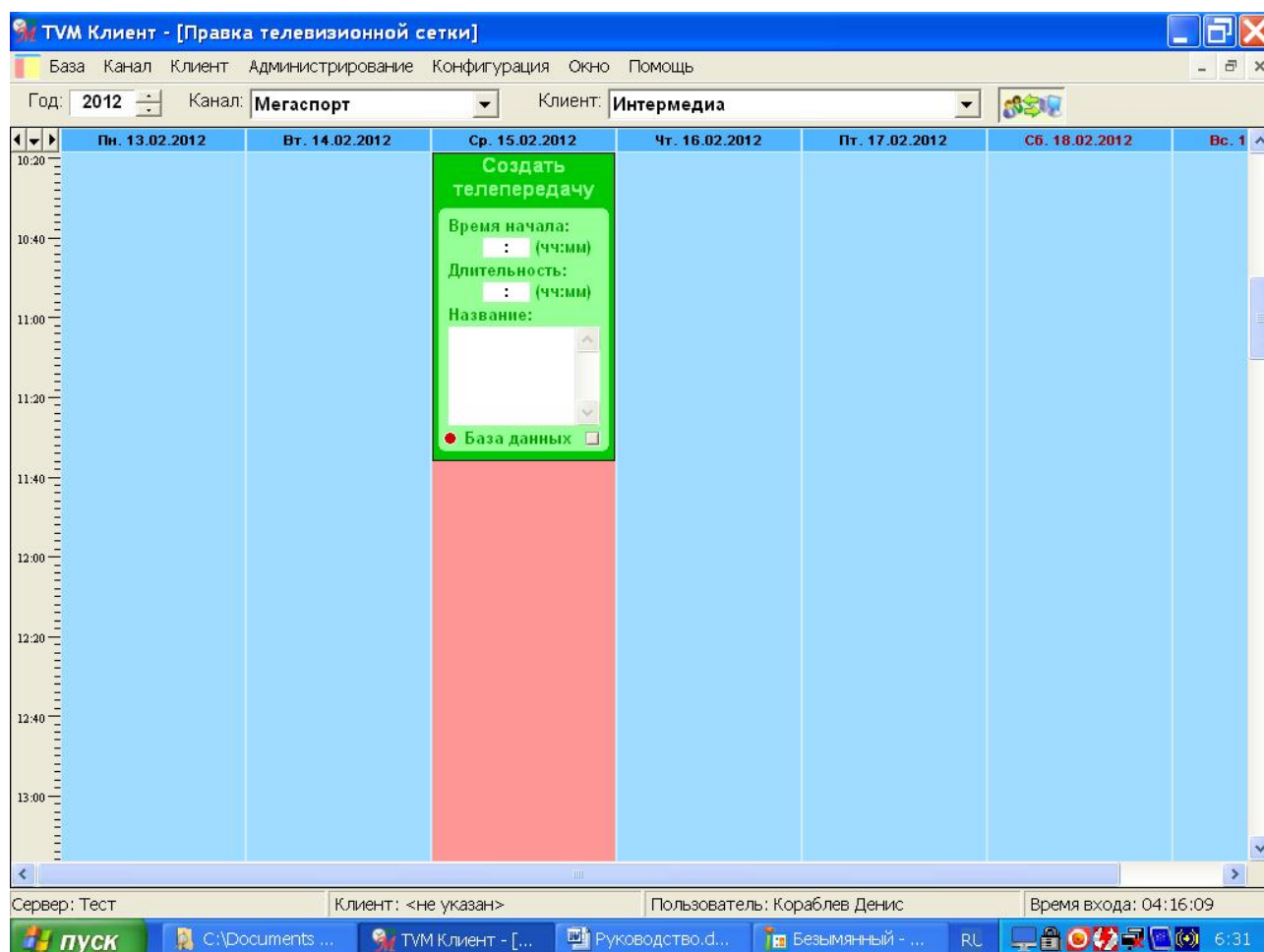


Рисунок 12. Редактор создания телепередачи

В редакторе создания телепередачи необходимо внести информацию о времени начала телепередачи (часы / минуты), её длительности (часы / минуты) и её названии. Также существует возможность вставить в редактор шаблонную телепередачу из базы данных. Для этого необходимо нажать на редакторе квадратную кнопку, находящуюся справа от надписи «База данных». В ответ на это действие на экране отобразится форма выбора шаблонной телепередачи из базы данных (см. рис. 13).

В верхнем поле формы отображается текущий канал, шаблонная телепередача которого выбирается. Необходимо в полях «Жанр» и «Телепередача» выбрать вставляемую телепередачу, после чего в нижнем прямоугольном окошке будет отображено её полное название (в том виде, в котором оно попадёт в редактор телепередачи), ориентировочное время выхода, ориентировочная продолжительность и дни недели, в которые предусмотрен выход данной телепередачи. Все эти поля носят информационный характер и не доступны для редактирования.

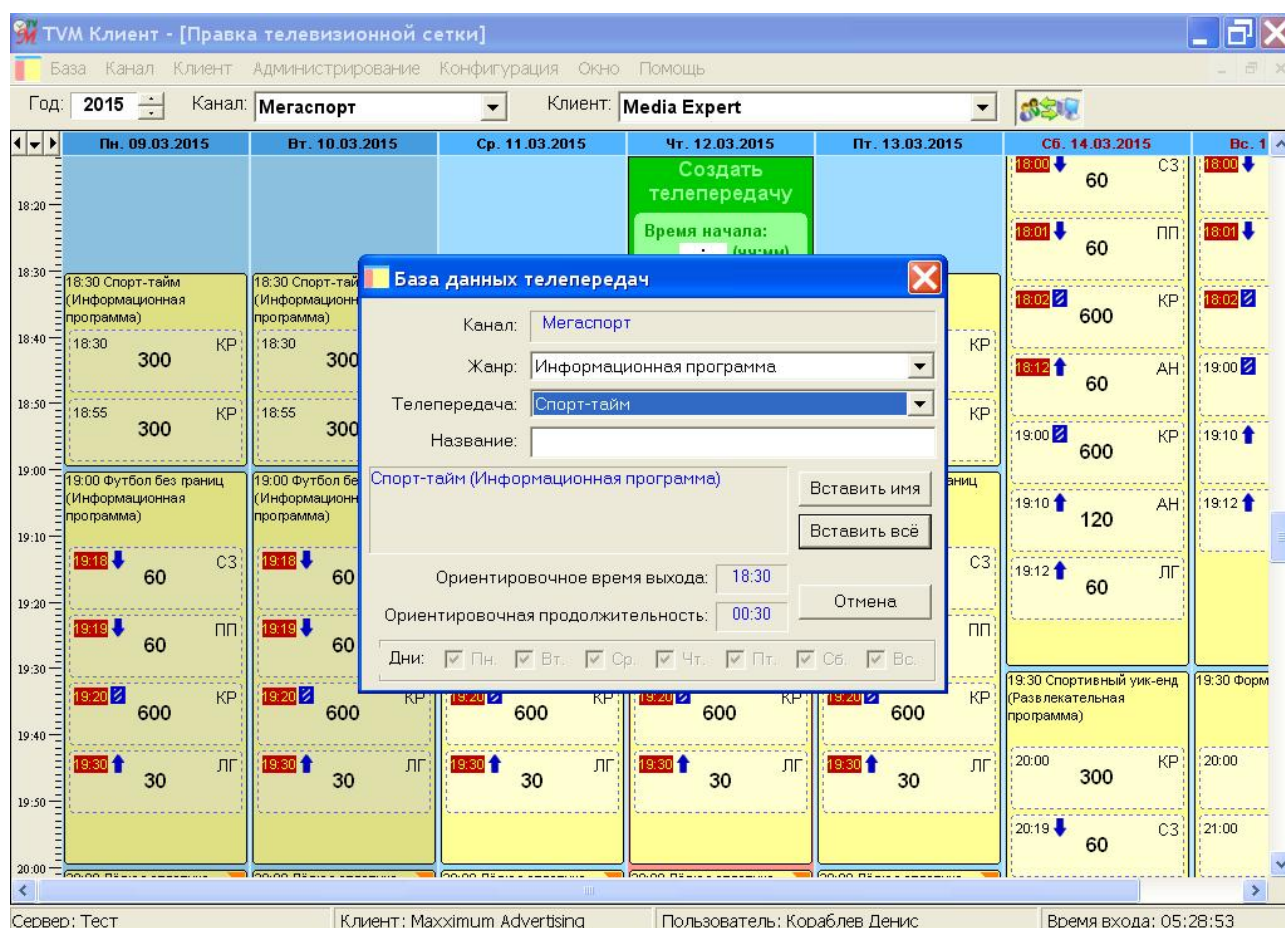
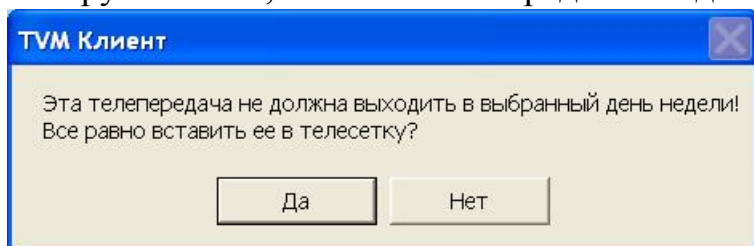


Рисунок 13. Вставка в редактор шаблонной телепередачи

Одновременно после выбора в поле «Телепередача» шаблонной телепередачи подсветится поле «Название», которое теперь станет доступным для редактирования. В это поле можно ввести факультативное собственное название телепередачи, если это необходимо. Вводимое собственное название телепередачи будет помещено в двойные кавычки и вставлено в окошко с полным названием телепередачи.

Для вставки в редактор телесетки названия телепередачи, времени её начала и длительности необходимо на форме нажать кнопку «Вставить всё» (полная вставка). Для вставки в редактор только названия телепередачи необходимо на форме нажать кнопку «Вставить имя» (вставка названия). Для отмены выбора шаблонной телепередачи необходимо на форме нажать кнопку «Отмена». При выборе любого из этих действий форма выбора шаблонной телепередачи из базы данных будет закрыта.

Если при полной вставке в редактор шаблонной телепередачи обнаруживается, что эта телепередача не должна выходить в указанный день,



на экране появляется соответствующее сообщение с подтверждением такой вставки (см. рис. слева). При нажатии на кнопку «Да» телепередача будет вставлена в редактор, а

при нажатии на кнопку «Нет» такой вставки не произойдет и форма выбора шаблонной телепередачи из базы данных будет закрыта.

После заполнения полей редактора телепередачи вручную или путём вставки информации о шаблонной телепередачи из базы данных для ввода этой телепередачи в телесетку необходимо нажать клавишу «Enter».



Рисунок 14. Редактирование телепередачи в телесетке

Для ускоренного перехода между полями редактора можно также использовать клавишу «Tab».

Чтобы отменить вставку или редактирование телепередачи необходимо нажать клавишу «Esc» либо отменить текущий выделенный элемент телесетки либо изменить текущий выделенный элемент телесетки.

Если после нажатия клавиши «Enter» телепередача будет успешно добавлена в телесетку, на экране снова появится редактор для создания следующей телепередачи. Это позволяет быстрее заполнить информацией весь день.

Для внесения каких-либо изменений в телепередачу после её создания необходимо выделить эту телепередачу в телесетке, а потом щёлкнуть правой кнопкой мыши в выделенной области. В ответ на экране появится редактор изменения телепередачи, который будет заполнен текущими параметрами редактируемой телепередачи (см. рис. 14).

После внесения всех требуемых правок необходимо нажать на клавишу «Enter» для их сохранения. Если телепередача не выходит за рамки доступного диапазона времени в телесетке (т.е. не пересекается по времени с другими телепередачами и не выходит за границы телевизионного дня), она будет успешно сохранена. В противном случае на экране будет отображено соответствующее предупреждение, и изменения приняты не будут.

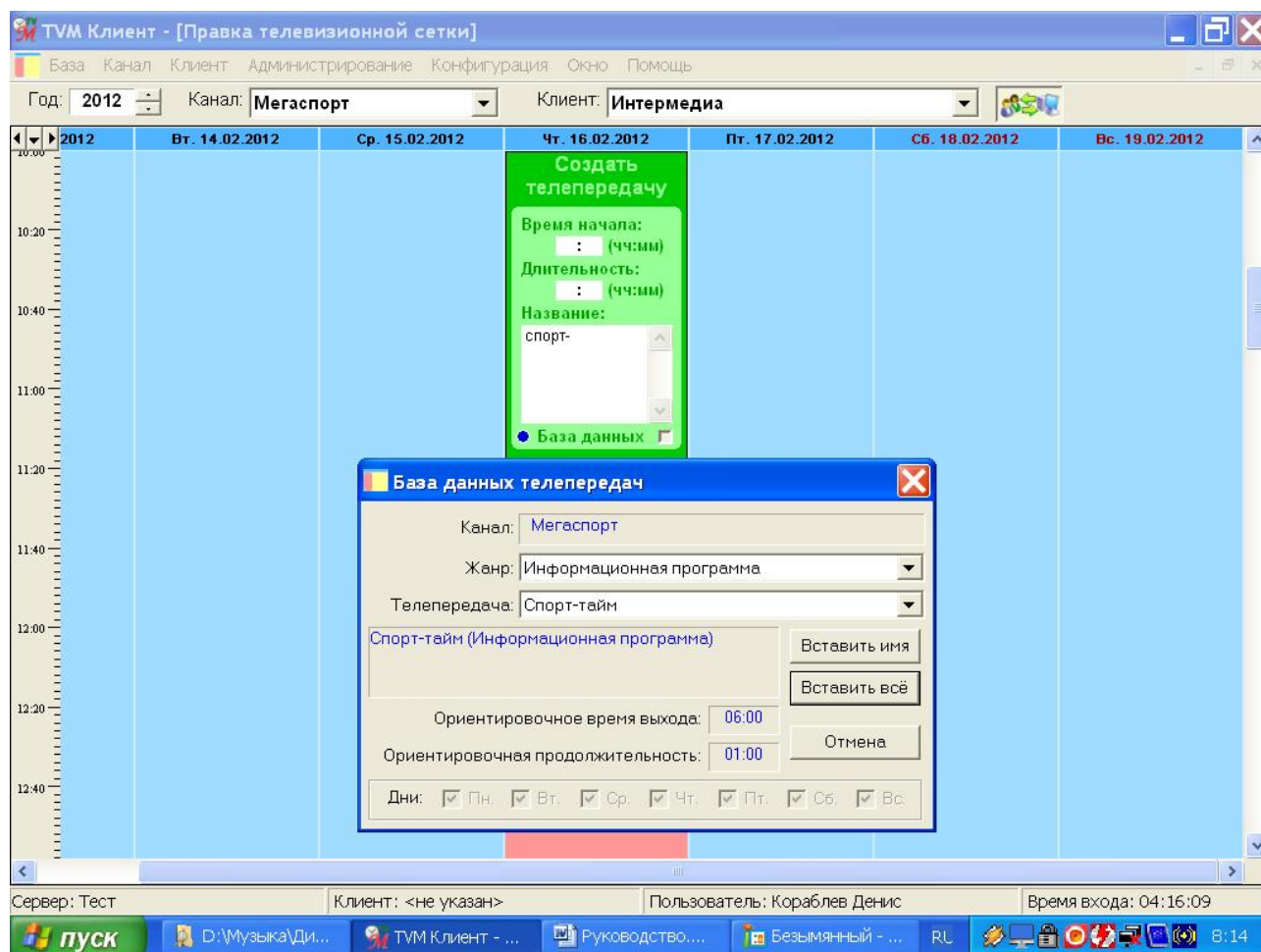


Рисунок 14.1. Вставка похожей телепередачи при редактировании

При вводе в редактор названия телепередачи Программа динамически анализирует вводимую последовательность слов и букв на схожесть с шаблонными телепередачами, и в зависимости от самого похожего варианта признаёт вводимую последовательность как «непохожую», «похожую» или «совпадающую» с шаблонным вариантом. Результат этого анализа отображается через специальный индикатор в левом нижнем углу редактора, слева от надписи «База данных», и имеет вид цветного круга, который может быть красного, синего или зелёного цвета. Красный индикатор означает (см. рис. слева), что вводимое название не похоже ни на одну из шаблонных телепередач, синий – что найдена похожая телепередача, а зелёный – что найдено точное соответствие с введённым названием.

Если вводимая телепередача распознана как «похожая», поддерживается возможность вставки из базы данных шаблонной телепередачи вместо вводимой. Для этого при включении синего индикатора необходимо нажать на кнопку вставки в редактор шаблонной телепередачи (справа от надписи «База данных»). В ответ будет открыта форма выбора шаблонной телепередачи из базы данных, поля которой уже будут заполнены похожей телепередачей из базы данных (см. рис. 14.1).

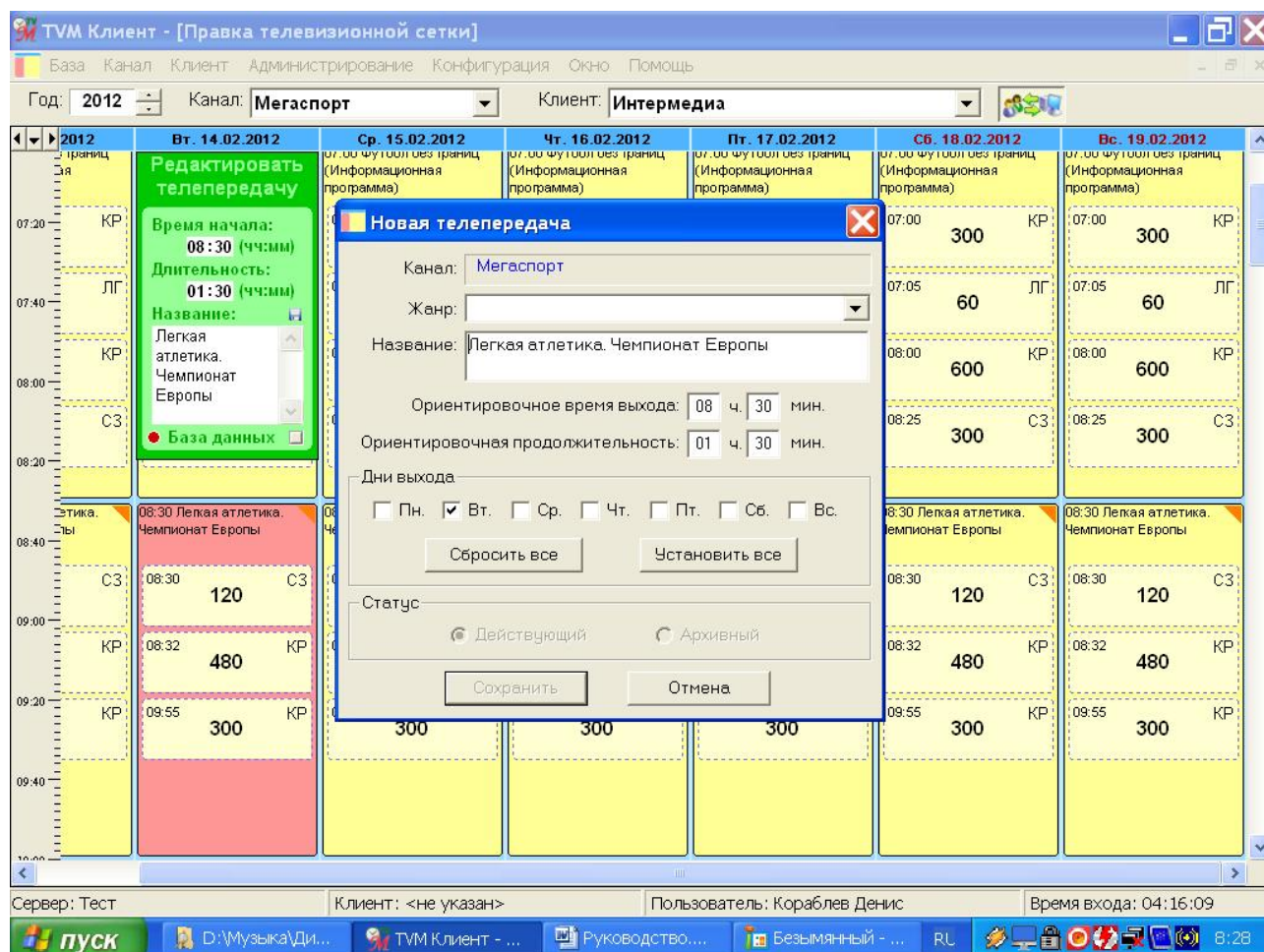


Рисунок 14.2. Создание шаблонной телепередачи из телесетки

Когда вводимая в редактор телепередача распознается как «непохожая» (красный индикатор), справа от надписи «Название» появляется кнопка с изображением дискеты, позволяющая добавить вводимую телепередачу в базу данных (см. выше рис. с красным индикатором). При нажатии на данную кнопку на экране отображается форма редактирования шаблонных телепередач с заполненными полями названия, ориентировочного времени выхода и продолжительности, а также днём выхода, равным текущему редактируемому дню телесетки (см. рис. 14.2).

Для сохранения новой шаблонной телепередачи в базу данных необходимо указать её жанр, при необходимости подкорректировать уже заполненные поля, после чего нажать на кнопку «Сохранить».

4.7. Создание и редактирование рекламных блоков

Чтобы создать внутри телепередачи рекламный блок, необходимо выделить телепередачу в телесетке и дополнительно щёлкнуть левой кнопкой мыши в пределах выделенной области или нажать на клавишу «Enter» при выделенной телепередаче. В ответ на экране будет отображён редактор создания рекламного блока (см. рис. 15).



Рисунок 15. Редактор создания рекламного блока

Необходимо заполнить поля «Время начала», «Длительность» и «Тип блока», после чего нажать на клавишу «Enter» (порядок действий аналогичен созданию и редактированию телепередачи).

Следует отметить, что Программа не позволяет создавать рекламные блоки, перекрывающиеся между собой по времени. Если при создании нового рекламного блока оказывается, что указанное под него время занято другим блоком, Программа отобразит на экране соответствующее предупреждение об ошибке.

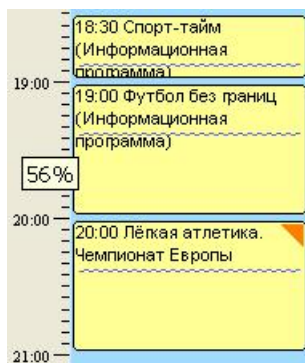
Кроме того, Программа также следит за тем, чтобы рекламный блок не вышел за пределы своей телепередачи. В противном случае на экране отображается сообщение об ошибке «Рекламный блок вне пределов телепередачи!».

Подобное сообщение об ошибке может возникнуть в следующих случаях:

- если время начала рекламного блока указано раньше, чем время начала телепередачи;
- если время окончания рекламного блока выходит за пределы телепередачи.

Таким образом, **рекламный блок всегда должен находиться внутри телепередачи!**

При необходимости создания в телесетке межпрограммной вставки её следует оформить как телепередачу с соответствующим названием (например, «Межпрограммная вставка»), которая содержит внутри необходимые рекламные блоки. При этом, хронометраж такой вставки должен быть не менее 2 минут, чтобы было возможно вставить в неё рекламные блоки при максимальном масштабе телесетки в 3200%.



Если масштаб отображения телесетки по высоте будет таким, что некоторые телепередачи в соответствии со своей продолжительностью окажутся в ней слишком короткими, то наличие рекламных блоков в таких телепередачах будет отображаться в виде волнистой линии (см. рис. слева), указывая на необходимость увеличения масштаба телесетки.

Также следует обратить внимание, что в поле «Тип блока» в редакторе рекламного блока будут доступны только те типы рекламных блоков, к которым имеет доступ текущий пользователь и которые отображаются в телесетке в соответствии с текущими установками её фильтра отображения.

Это означает, что в ситуации, когда в поле «Тип блока» отсутствует требуемый тип рекламного блока, необходимо в первую очередь убедиться в том, что этот тип рекламных блоков выбран в текущих настройках фильтра отображения телесетки (см. п. 4.4). Если это так, но требуемый тип рекламного блока всё равно отсутствует в поле, это означает, что у текущего пользователя нет права доступа к этому типу рекламных блоков.

Для внесения каких-либо изменений в существующий рекламный блок телесетки необходимо сначала выделить его, а потом щёлкнуть правой кнопкой

мыши в выделенной области. В ответ на экране будет отображён редактор изменения рекламного блока, который будет заполнен текущими параметрами выделенного рекламного блока (см. рис. 15.1).

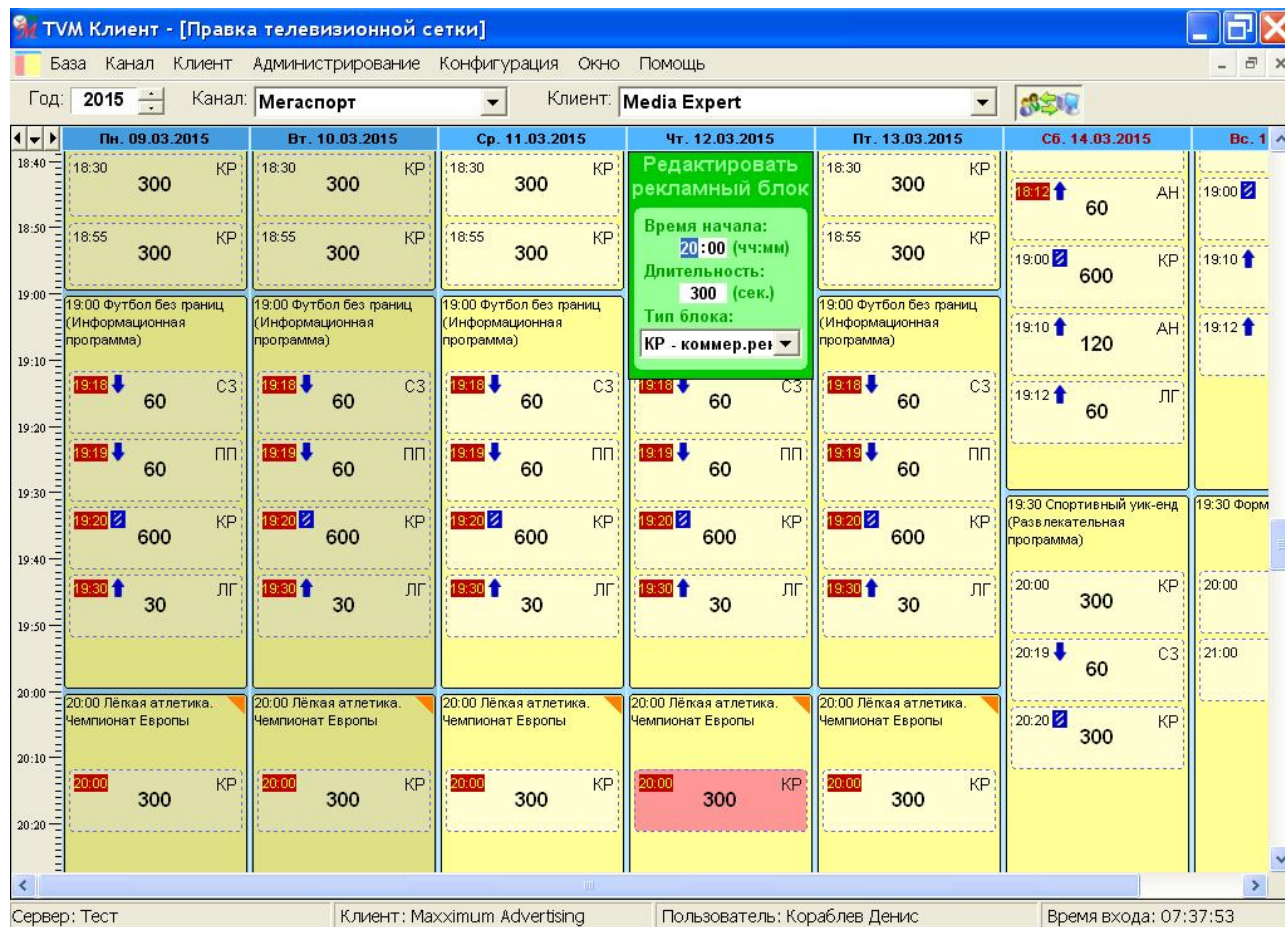


Рисунок 15.1. Редактирование рекламного блока

Необходимо изменить требуемые параметры рекламного блока, после чего нажать на клавишу «Enter». Для отмены редактирования рекламного блока необходимо нажать на клавишу «Esc» либо отменить текущий выделенный элемент телесетки либо изменить его.

Программа может наложить определённые ограничения на редактирование параметров некоторых рекламных блоков. В частности, она запрещает сокращение хронометража рекламного блока с размещёнными видеороликами, если в результате этот хронометраж станет меньше общего хронометража всех размещённых в нём видеороликов. Также невозможно сменить тип рекламного блока, содержащего размещения, и изменить время старта у присоединённого рекламного блока в группе блоков.

Для управления принадлежностью рекламного блока к группе блоков необходимо выделить в телесетке требуемый рекламный блок, а потом щёлкнуть левой кнопкой мыши в выделенной области. В ответ на экране будет отображён редактор группирования рекламного блока, показывающий текущую принадлежность выделенного рекламного блока к группе, а также предоставляющий возможность изменить эту принадлежность (см. рис. 15.2).

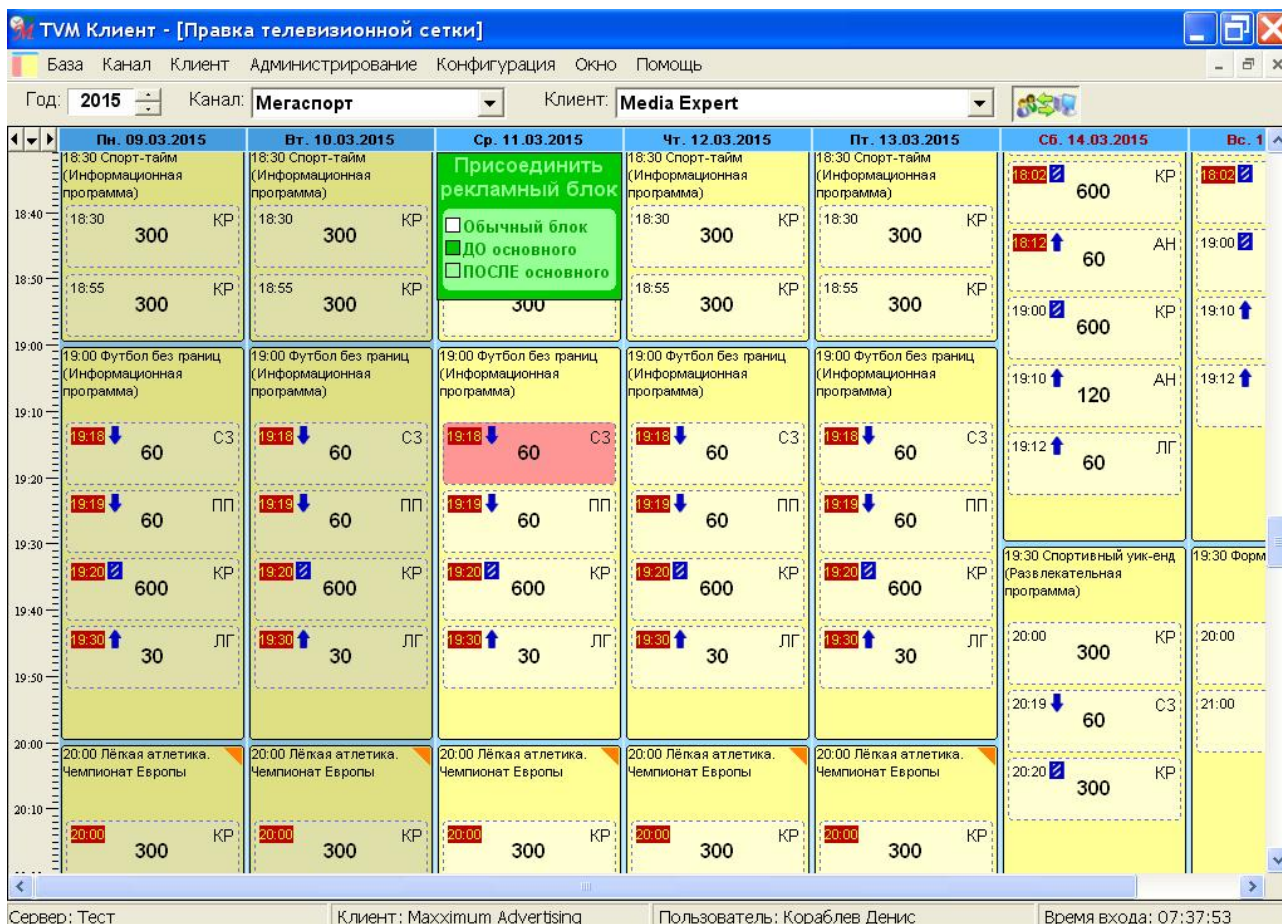


Рисунок 15.2. Присоединение рекламного блока к группе блоков

Редактор группирования содержит 3 кнопки с подписями справа от них: «Обычный блок» (обычный рекламный блок вне группы или основной рекламный блок в группе), «ДО основного» (присоединённый рекламный блок в группе до основного блока) и «ПОСЛЕ основного» (присоединённый рекламный блок в группе после основного блока). Эти кнопки могут быть окрашены в 3 цвета, определяющих их поведение:

- цвет фона внешней области редактора (по умолчанию, тёмно-зелёный) – неактивная кнопка, которая указывает на текущий статус выделенного рекламного блока;
- цвет фона внутренней области редактора (по умолчанию, светло-зелёный) – неактивная кнопка, которая указывает на запрещённый статус для выделенного рекламного блока;
- цвет фона полей редактора для ввода текста (по умолчанию, белый) – активная кнопка, которая указывает на возможный статус для выделенного рекламного блока. Если щёлкнуть левой кнопкой мыши на активной кнопке редактора, статус выделенного рекламного блока изменится, если это возможно.

Так, на приведённом примере (см. рис. 15.2) видно, что выделенный рекламный блок имеет статус «ДО основного», не может быть преобразован в блок «ПОСЛЕ основного», но может быть преобразован в «Обычный блок». Если нажать на кнопку «Обычный блок», то статус выделенного блока

изменится, и блок отсоединится от группы, став обычным рекламным блоком. После этого появится возможность снова присоединить его к группе, переводя в статус «ДО основного» (см. рис. 15.3).

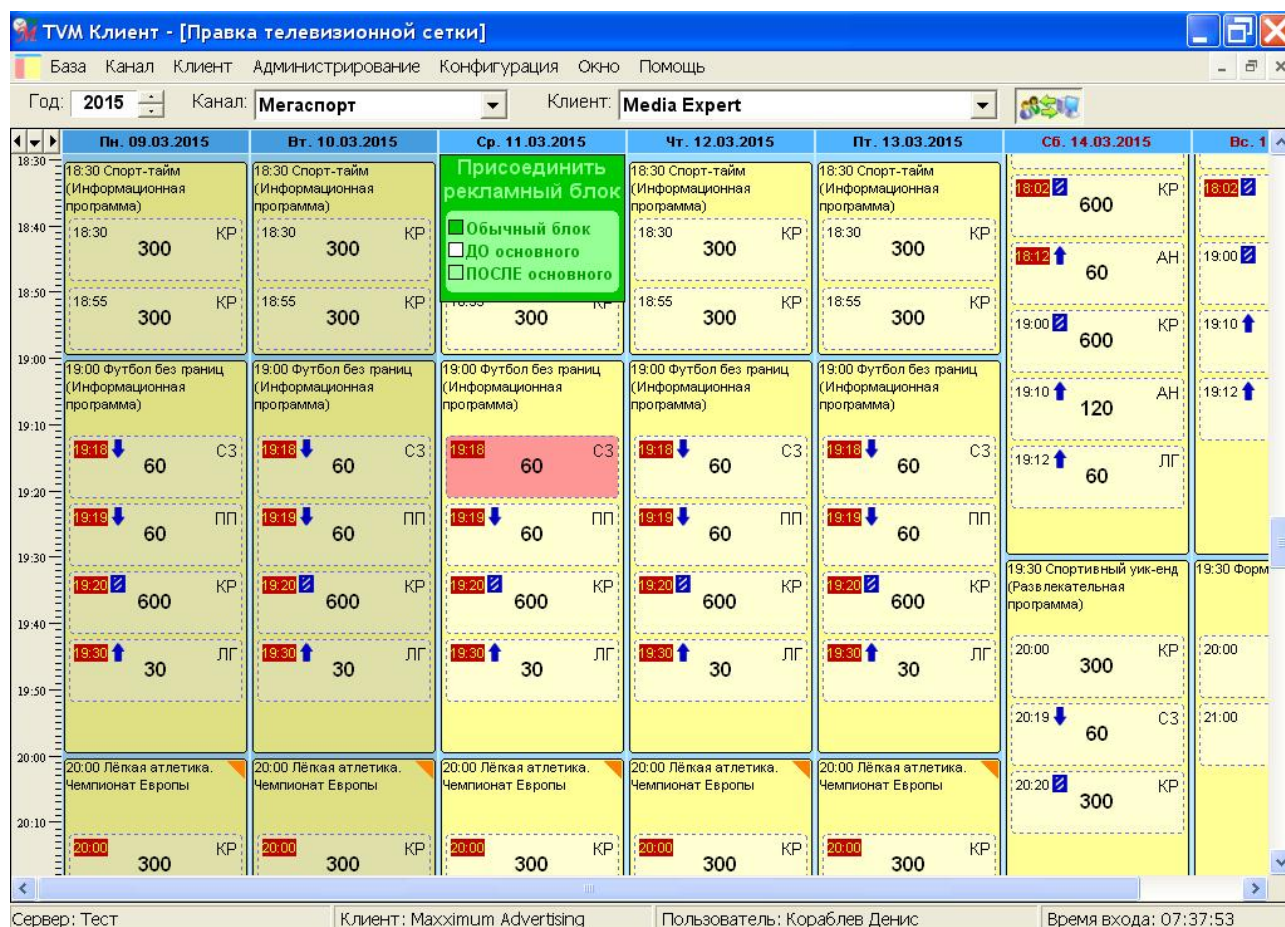


Рисунок 15.3. Изменение статуса рекламного блока

Следует обратить внимание на то, что рекламные блоки в группе следуют друг за другом без пауз (разрывов) в телевизионной сетке, и вся группа рекламных блоков, сколько бы их ни было, прерывает телепередачу только 1 раз (т.е. для телезрителя группа рекламных блоков воспринимается как 1 рекламный блок).

Вследствие этого обстоятельства после присоединения обычного рекламного блока к группе блоков у него автоматически будет скорректировано время старта. Время старта присоединяемого блока корректируется таким образом, чтобы присоединяемый блок начинался сразу в момент окончания предыдущего рекламного блока (когда он присоединяется после основного блока в группе) или заканчивался непосредственно в момент начала следующего за ним рекламного блока в группе (когда он присоединяется до основного блока в группе).

По этой причине Программа запрещает изменять время старта присоединённых блоков, а при изменении времени старта основного рекламного блока в группе время старта всех присоединённых к нему блоков изменяется автоматически.

4.8. Удаление и копирование телепередач и рекламных блоков

Для удаления рекламного блока из телесетки необходимо нажать на клавиатуре комбинацию клавиш «Ctrl+Shift» и, удерживая их в нажатом состоянии, сначала выделить удаляемый рекламный блок, а потом щёлкнуть правой кнопкой мыши по выделенной области. Если в конфигурации клиентской части Программы выставлена опция «Подтверждать удаление телепередачи или рекламного блока», то в ответ на это действие будет отображено дополнительно окно подтверждения (см. рис. 15.4).

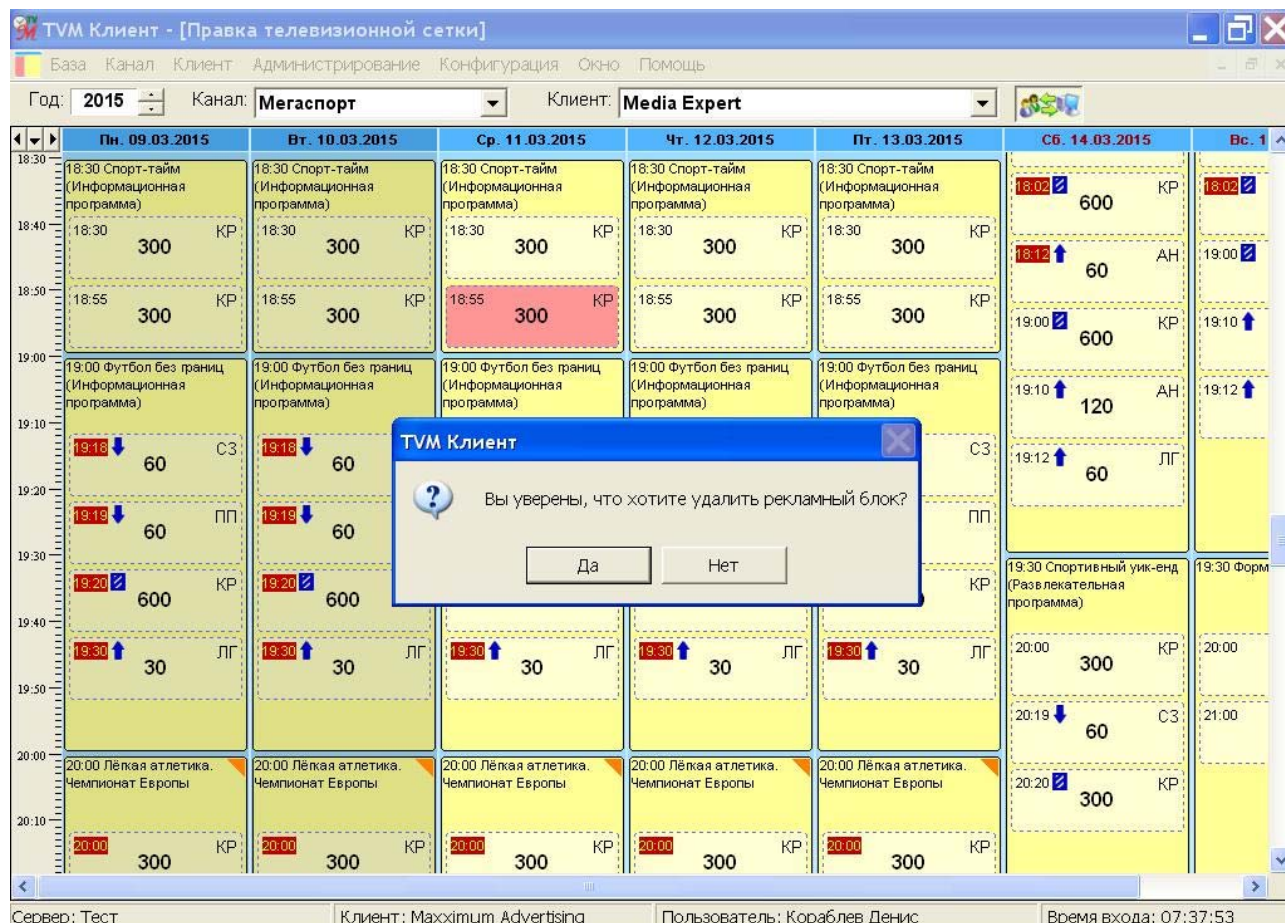


Рисунок 15.4. Подтверждение на удаление рекламного блока из телесетки

В этом случае рекламный блок будет удалён только при нажатии на кнопку «Да».

Если в конфигурации клиентской части Программы опция «Подтверждать удаление телепередачи или рекламного блока» не выставлена, то рекламный блок будет удалён из телесетки немедленно.

Для удаления телепередачи из телесетки необходимо также нажать на клавиатуре комбинацию клавиш «Ctrl+Shift» и, удерживая их в нажатом состоянии, сначала выделить удаляемую телепередачу, а потом щёлкнуть правой кнопкой мыши по выделенной области. В зависимости от значения опции конфигурации «Подтверждать удаление телепередачи или рекламного блока» Программа также либо потребует подтвердить такое удаление, либо

немедленно удалит выделенную телепередачу из телесетки со всеми рекламными блоками в ней.

Для удаления из телесетки всего дня со всеми телепередачами и рекламными блоками необходимо также нажать на клавиатуре комбинацию клавиш «Ctrl+Shift» и, удерживая их в нажатом состоянии, сначала выделить удаляемый день, а потом щёлкнуть правой кнопкой мыши по выделенной области. В зависимости от значения опции конфигурации «Подтверждать удаление телепередачи или рекламного блока» Программа либо потребует подтвердить такое удаление, либо немедленно удалит все телепередачи и рекламные блоки в выделенном дне.

Программа позволяет также скопировать содержимое целого дня в другой день. Для этого необходимо выделить сначала копируемый день, затем нажать на клавиатуре комбинацию клавиш «Ctrl+C», и, удерживая их в нажатом состоянии, далее щёлкать левой клавишей мыши по тем дням (в любую область дня), в которые требуется скопировать выделенный день.

4.9. Экспорт и импорт телесеток

В режиме правки телевизионной сетки доступны функции экспорта и импорта телесеток во внешние файлы.

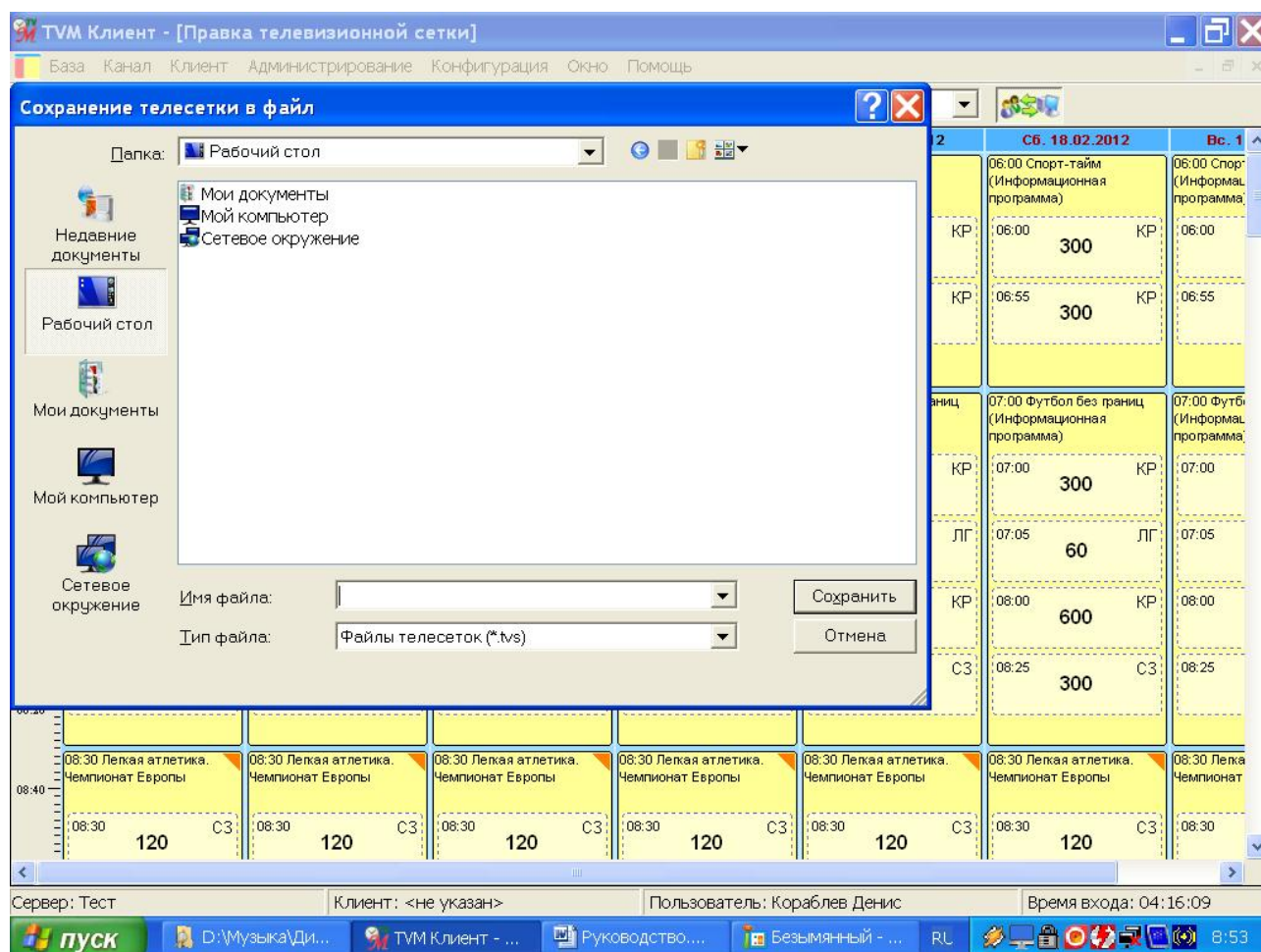


Рисунок 16. Экспорт телесетки

Для того, чтобы записать текущую телесетку во внешний файл, необходимо в закладке меню «Канал» выбрать пункт «Экспорт сетки ...» либо нажать горячую клавишу «F2». В раскрывшейся в ответ на данное действие форме следует указать файл, в который производится запись, и нажать на кнопку «Сохранить» (см. рис. 16). Сетка будет записана в указанный файл. При этом, если такой файл уже существует, на экран будет выдано соответствующее предупреждение «Файл существует! Заменить?» с кнопками «Да» и «Нет».

После успешной записи телесетки во внешний файл на экране будет отображено сообщение «Телесетка сохранена!»

Для того, чтобы загрузить телесетку из внешнего файла, необходимо в режиме правки телесетки в закладке меню «Канал» выбрать пункт «Импорт сетки ...» либо нажать горячую клавишу «F3». В раскрывшейся в ответ на данное действие форме следует указать файл, из которого будет загружена телесетка, после чего нажать на кнопку «Открыть» (см. рис. 16.1).

По умолчанию файлы телесеток Программы «ТВ Маркет» имеют расширение «.tvs».

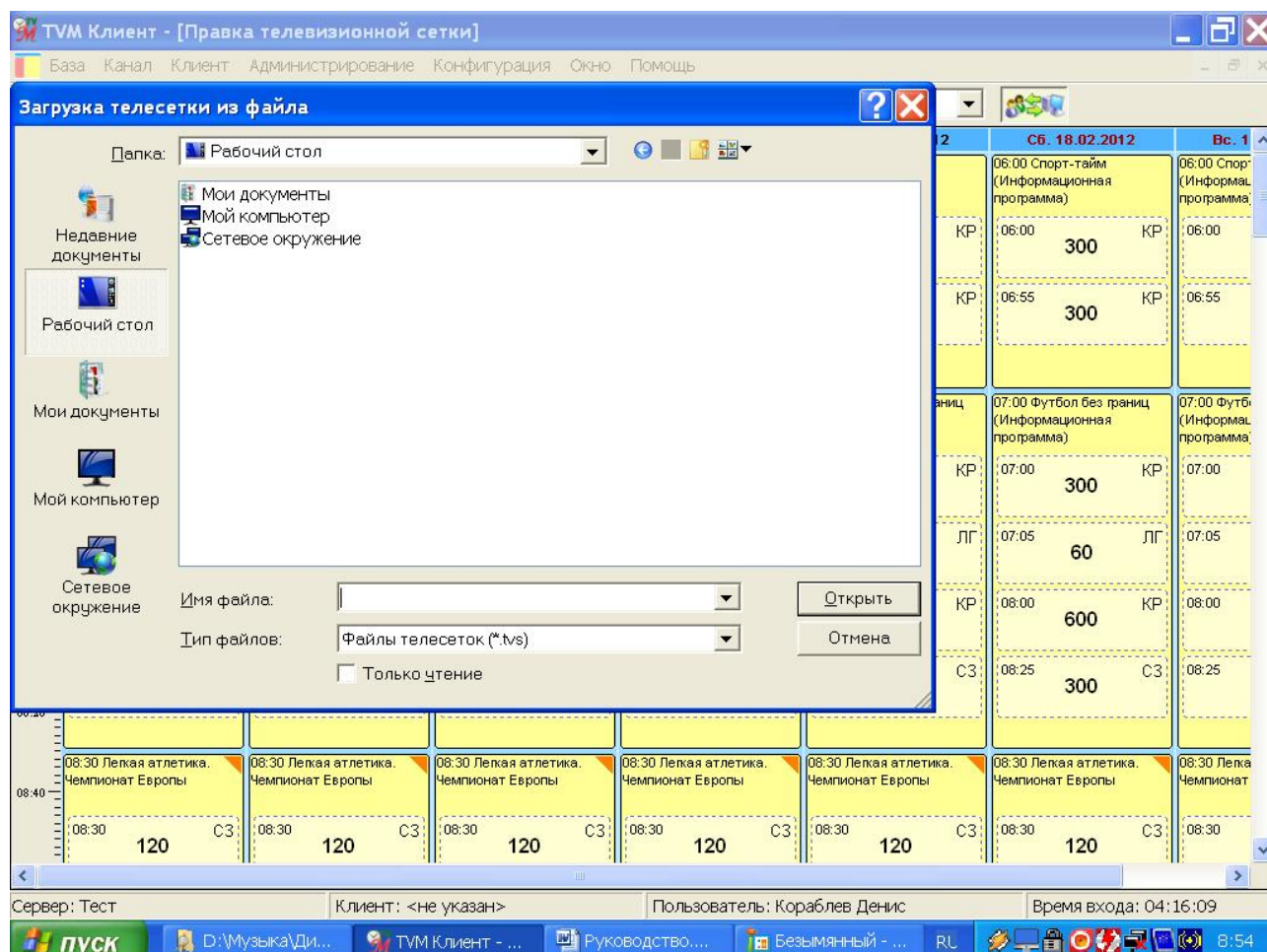


Рисунок 16.1. Импорт телесетки

4.10. История изменения телесетки

Во время редактирования телесетки Программа хранит до 20 последних операций по её изменению в т.н. истории изменения телесетки. У пользователя существует возможность отменять эти операции и выполнять их повторно (т.е. просматривать на экране образ телесетки на любом из 20 последних шагов по её редактированию).

Кроме того, у пользователя существует возможность временно сохранять до 10 промежуточных состояний телесетки в специальных 10 слотах памяти и в любой момент просматривать и восстанавливать их для того, чтобы вернуться к избранному моменту редактирования телесетки.

Команды по работе с историей изменения телесетки сосредоточены в пункте «История телесетки» закладки меню «Канал» (см. рис. 16.2). Они становятся активными при переходе в режим правки телесетки.

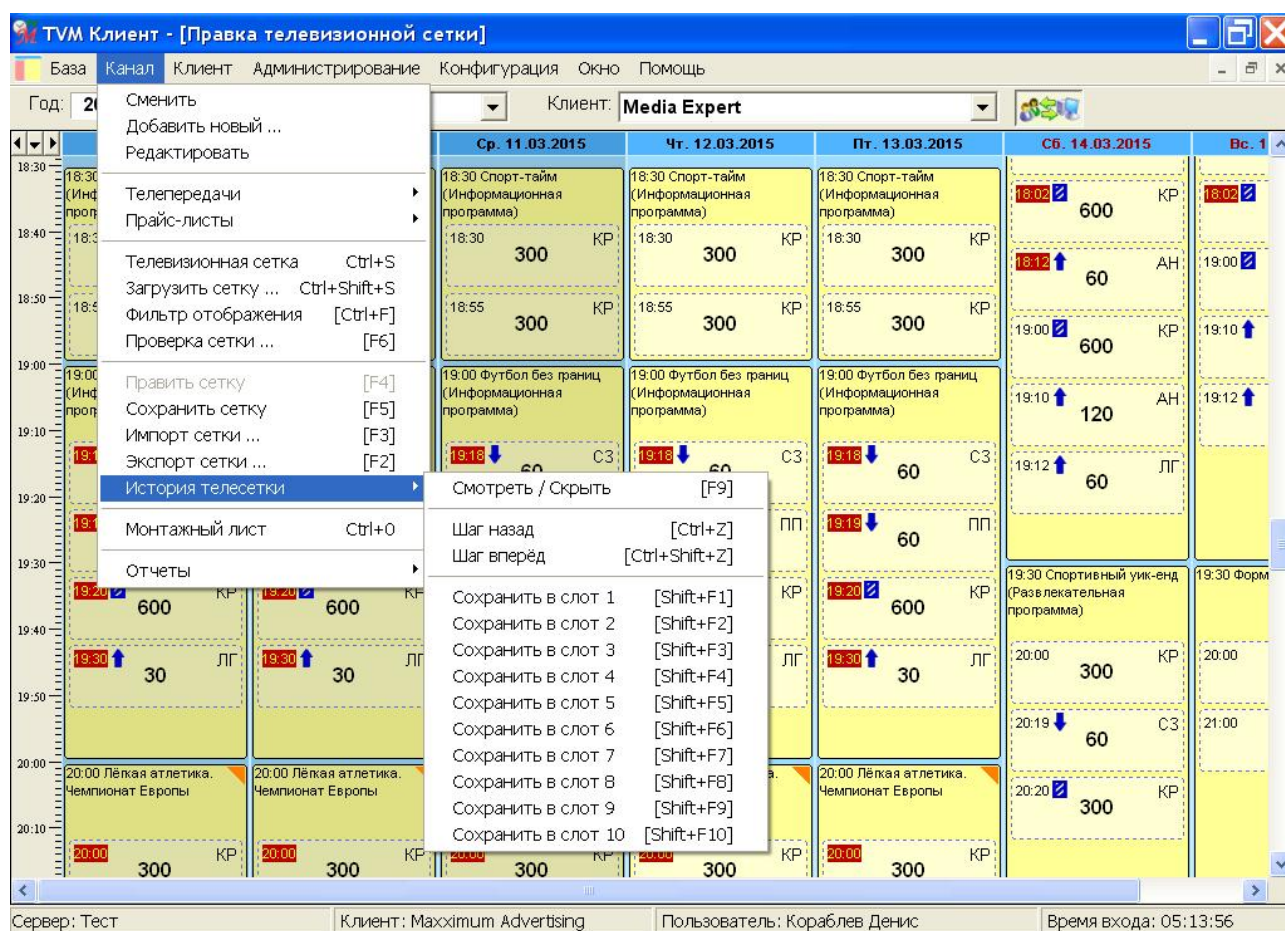


Рисунок 16.2. Команды меню истории изменения телесетки

Просмотреть историю телесетки можно в специальном окне, которое отображается на экране после выбора в закладке меню «Канал» пунктов «История телесетки» – «Смотреть / Скрыть» либо после нажатия горячей клавиши F9 при открытом окне телесетки, отображающемся поверх остальных окон (см. рис. 16.3).

Окно истории телесетки содержит 2 области:

- «Избранные состояния», отображающая состояние 10 слотов памяти, в которые пользователь может избранно сохранять промежуточные образы телесетки (в примере на рис. 16.3. все 10 слотов памяти – пустые);
- «Последние изменения», отображающая 20 последних шагов по редактированию телесетки и содержащая текущий образ телесетки (всегда самая верхняя строка в списке).

Окно истории телесетки выводится поверх остальных окон, но не мешает работать с ними. При первом своём появлении (после сброса настроек конфигурации) окно истории телесетки отображается по центру экрана и имеет высоту и ширину по умолчанию (см. рис. 16.3).

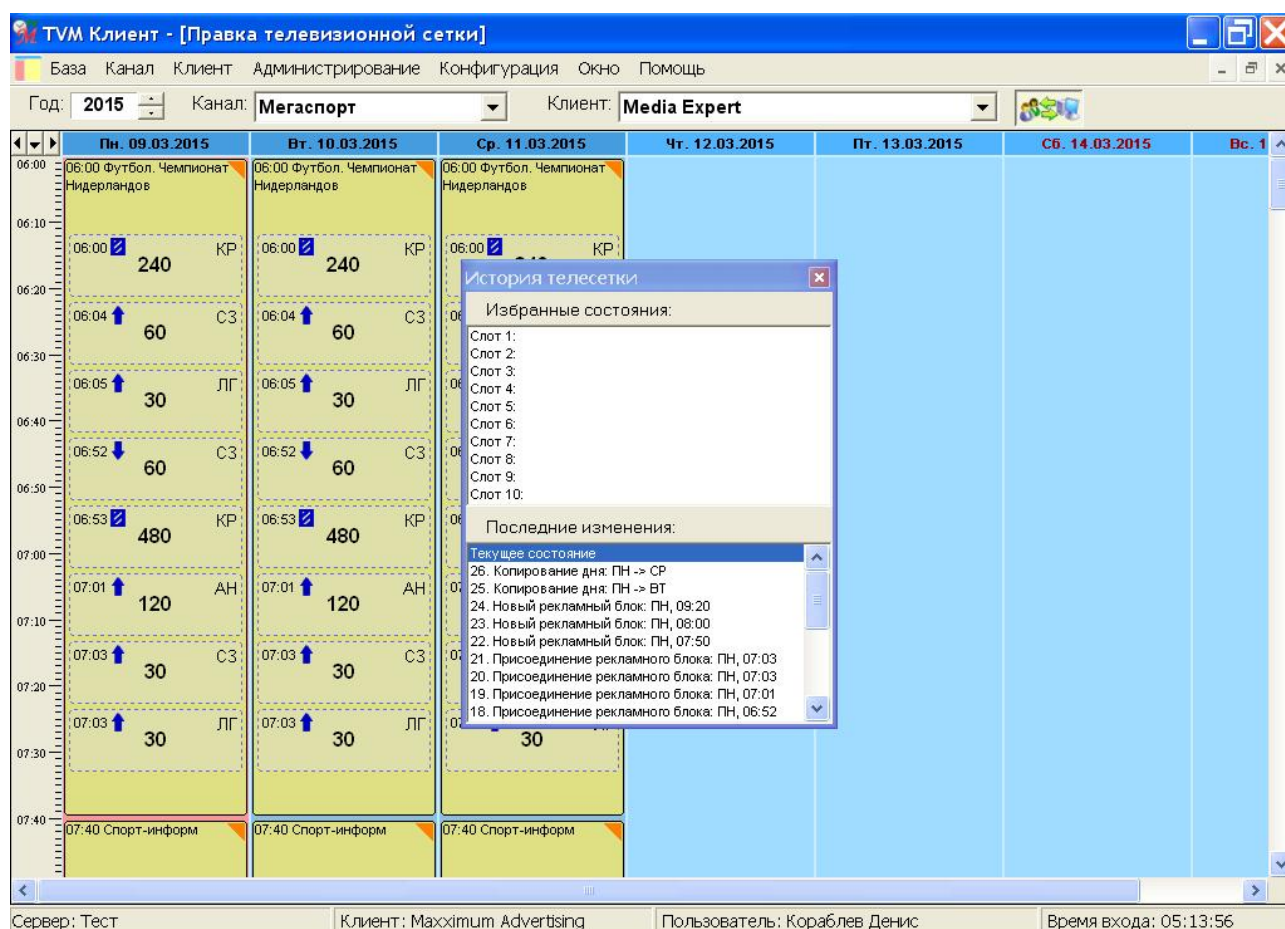


Рисунок 16.3. Окно истории телесетки

Однако Программа позволяет переместить окно истории телесетки в любое место на экране и изменить его размер по усмотрению пользователя. Новое положение и размеры окна будут записаны Программой в настройки конфигурации, и при последующих вызовах этого окна оно всегда будет появляться на этом месте (см. рис. 16.4).

Закрыть окно истории телесетки можно, если повторно выбрать в закладке меню «Канал» пункты «История телесетки» – «Смотреть / Скрыть» либо повторно нажать горячую клавишу F9 при открытом окне телесетки, отображающемся поверх остальных окон.

Как видно из примера на рис. 16.4., область «Последние изменения» окна истории телесетки хранит промежуточные состояния телесетки после 20

последних шагов по её редактированию: от шага № 9 до шага № 28 включительно. Каждый шаг редактирования имеет название, отвечающее сути внесённых в телесетку изменений, и соответствует образу телесетки до внесения этих изменений.

Также из рис. 16.4. видно, что в области «Избранные состояния» появился промежуточный образ телесетки, записанный в слот памяти №1. Каждый промежуточный образ телесетки в области «Избранные состояния» имеет название, которое включает в себя время занесения этого образа в слот и его код состояния. Чем ближе похожи между собой промежуточные образы телесеток, тем ближе похожи между собой их коды состояния (меньше разница между цифрами в соответствующих позициях).

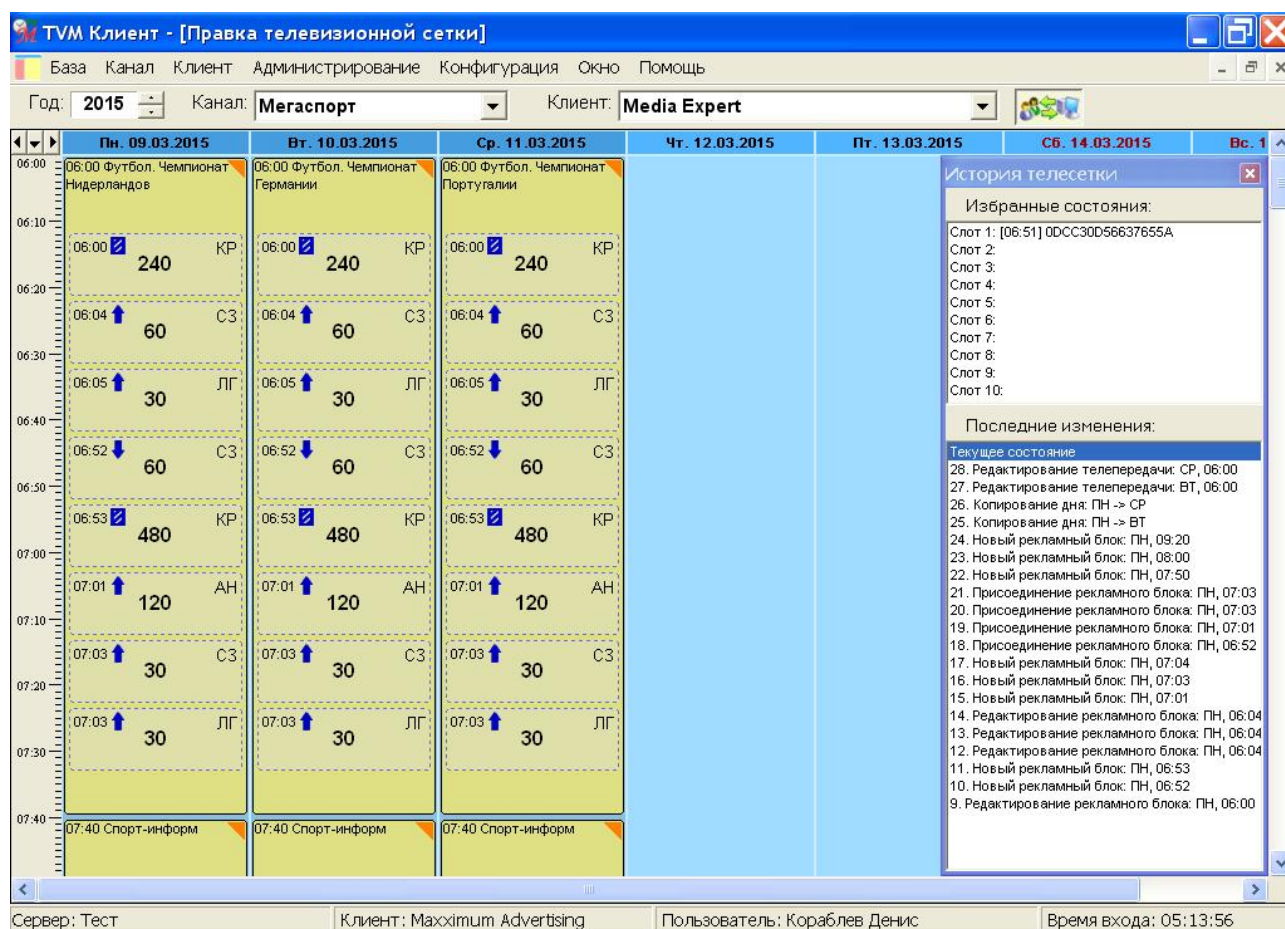


Рисунок 16.4. Настройка положения окна истории телесетки

Одно из всех имеющихся состояний телесетки из обеих областей всегда отображается на экране: рядок такого состояния выделен. Как видно из рис. 16.4, в данный момент на экране отображается последнее состояние телесетки после всех изменений, поскольку в области «Последние изменения» выделен верхний рядок «Текущее состояние».

Сменить выделенный рядок можно, щёлкнув левой кнопкой мыши по любому другому рядку в любой из 2 областей. При этом на экране будет отображено состояние телесетки, соответствующее новому выделенному рядку (см. рис. 16.5). Исключение составляет выделение пустого слота в области «Избранные состояния». В этом случае дополнительно будет выделен верхний

рядок «Текущее состояние» в области «Последние изменения», и на экране отображается последнее состояние телесетки.

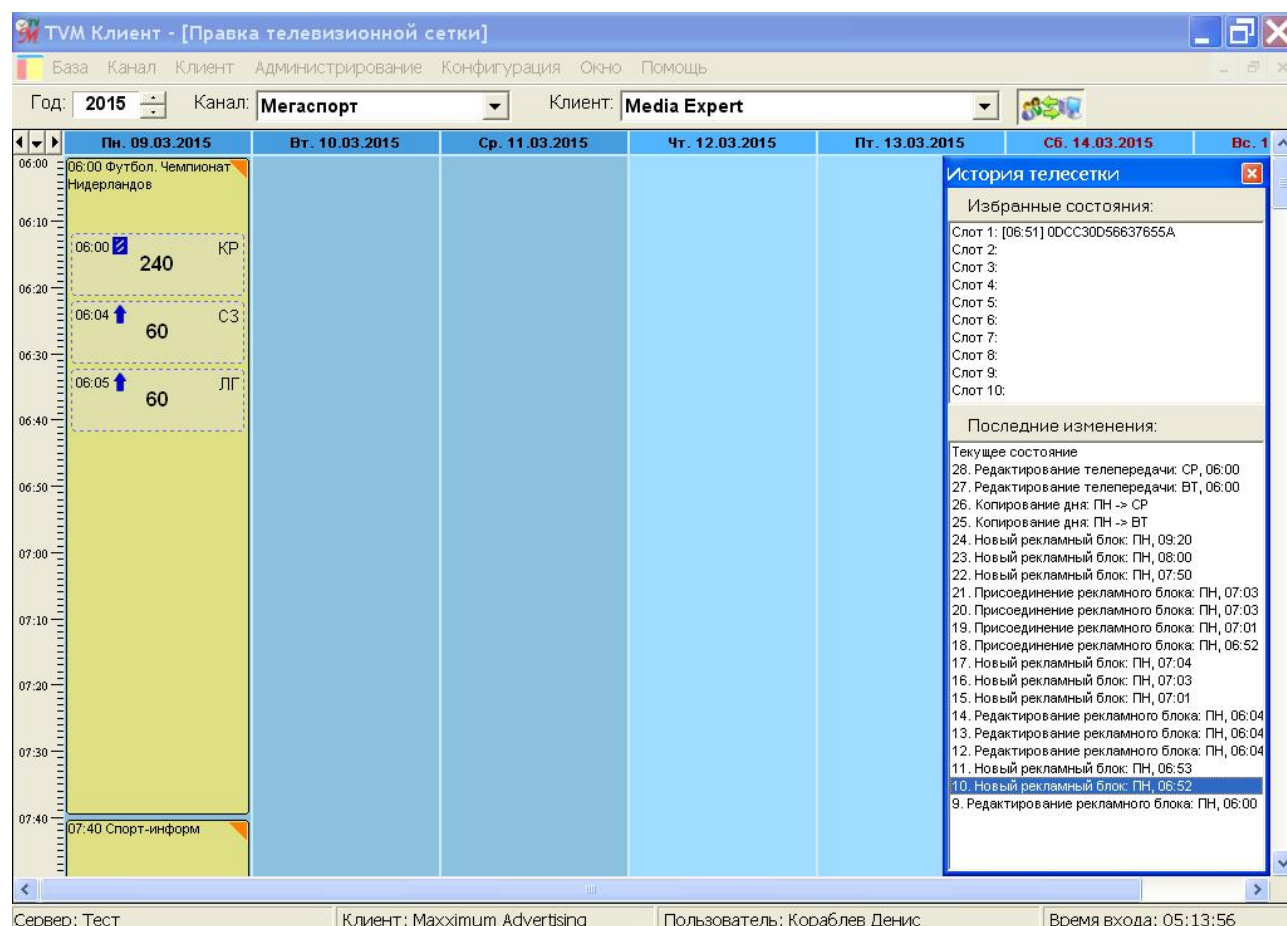


Рисунок 16.5. Просмотр промежуточного состояния телесетки

Двойной щелчок левой кнопкой мыши по любому непустому рядку в любой из 2 областей приводит к смене выделенного рядка с закрытием окна истории телесетки.

Для изменения выделенного рядка в области «Последние изменения» на 1 рядок вниз (как при открытом, так и при закрытом окне истории телесетки) необходимо в закладке меню «Канал» выбрать пункты «История телесетки» – «Шаг назад» либо нажать стандартную комбинацию горячих клавиш «Ctrl+Z» при открытом окне телесетки, отображающемся поверх остальных окон. При достижении самого нижнего рядка в области «Последние изменения» дальнейшее перемещение вниз станет невозможным.

Для изменения выделенного рядка в области «Последние изменения» на 1 рядок вверх (как при открытом, так и при закрытом окне истории телесетки) необходимо в закладке меню «Канал» выбрать пункты «История телесетки» – «Шаг вперед» либо нажать стандартную комбинацию горячих клавиш «Ctrl+Shift+Z» при открытом окне телесетки, отображающемся поверх остальных окон. При достижении самого верхнего рядка «Текущее состояние» в области «Последние изменения» дальнейшее перемещение вверх станет невозможным.

Для сохранения текущего образа телесетки в 1 из 10 слотов памяти необходимо в закладке меню «Канал» выбрать пункты «История телесетки» – «Сохранить в слот N» (где N – номер слота, от 1 до 10) либо нажать стандартную комбинацию горячих клавиш от «Shift+F1» до «Shift+F10» включительно (где клавиши от F1 до F10 указывают на номер слота) при открытом окне телесетки, отображающемся поверх остальных окон. Если указанный слот памяти уже содержит промежуточный образ телесетки, то этот образ будет перезаписан.

4.11. Сохранение телесетки в базе данных

Для сохранения отредактированной телевизионной сетки в базе данных сервера необходимо в режиме её правки выбрать в закладке меню «Канал» пункт «Сохранить сетку» либо нажать горячую клавишу «F5».

В ответ на данное действие Программа автоматически выйдет из режима правки телевизионной сетки и перейдет в режим её просмотра (заголовок «TVM Клиент – [Правка телевизионной сетки]» изменится на «TVM Клиент – [Телевизионная сетка]»).

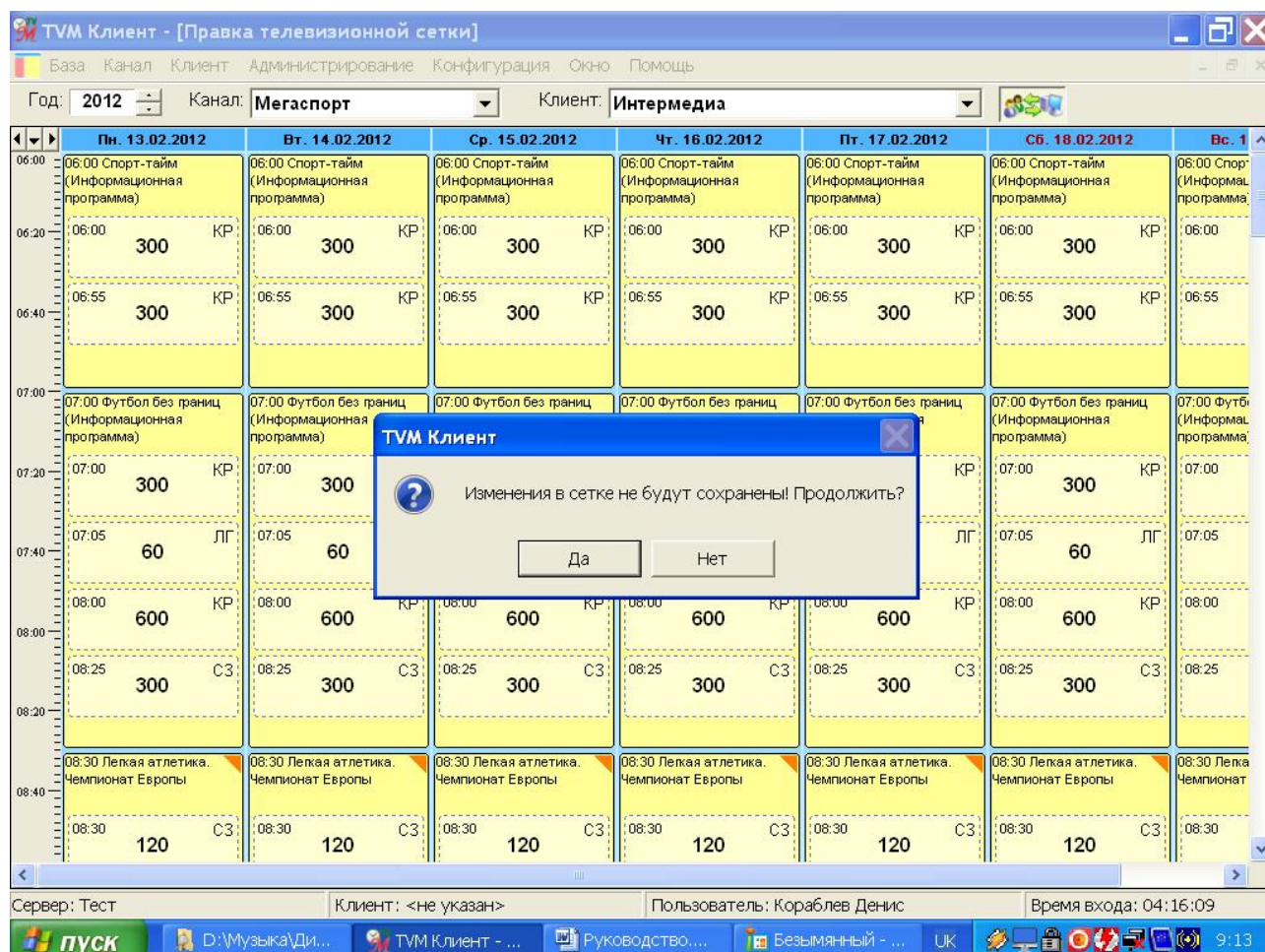


Рисунок 17. Окно предупреждения

В случае, когда в телевизионную сетку были внесены изменения, но она не была сохранена в базе данных, при попытке перехода на другую неделю, смены канала, закрытия окна телевизионной сетки или выхода из Программы система отобразит на экране соответствующее предупреждение (см. рис. 17).

Если сохранять изменения в телесетке нет необходимости, следует нажать на кнопку «Да». В противном случае следует отказаться от запрошенного действия, нажав на кнопку «Нет», после чего сохранить телевизионную сетку в базу данных, используя пункт «Сохранить» в закладке меню «Канал» или горячую клавишу «F5», и только после этого повторно инициировать запрошенное действие с телесеткой.

4.12. Проверка телесетки на соответствие ограничениям по рекламе

Программа позволяет контролировать максимальные открытые объёмы рекламных блоков в телесетках, а также их количество в соответствии с действующими законодательными ограничениями по рекламе. Сами ограничения по рекламе и способ реагирования Программы на выход за эти ограничения устанавливаются в настройках серверного модуля и передаются клиенту в момент установки соединения с ним.

Функция контроля заключается в дополнительной проверке телесетки перед её записью в базу данных на предмет соответствия установленным ограничениям. При несоответствии телесетки установленным ограничениям, в зависимости от настроек серверного модуля, Программа либо предупреждает об этом пользователя, либо выводит сообщение об ошибке и запрещает сохранение такой телесетки.

Кроме того, пользователь может в любой момент работы с телесеткой проверить её на соответствие установленным ограничениям по любой комбинации условий. Эта функция доступна только в полной (административной) версии клиентского модуля и может быть вызвана как в режиме просмотра телесетки, так и в режиме её редактирования.

Для вызова функции проверки телесетки на соответствие установленным ограничениям по рекламе в закладке меню «Канал» необходимо выбрать пункт «Проверка сетки ...», который становится доступным при открытом окне телесетки, или нажать стандартную горячую клавишу «F6» при открытом окне телесетки, располагающемся поверх остальных окон. В ответ на это действие на экране будет отображена дополнительная форма (см. рис. 17.1).

В основной области этой формы отображаются все условия ограничений по рекламе, установленные в данный момент на сервере. Каждое условие представляет собой диапазон времени в течение суток, на протяжении которого оно действует (в т.ч. возможен вариант «в течение всех суток»), максимальное количество групп рекламных блоков в течение 1 часа, которое может находиться в телесетках во время действия данного условия (в т.ч. возможен вариант «без ограничений»), максимальный суммарный хронометраж рекламных блоков в течение 1 часа, который может находиться в телесетках во время действия данного условия (в т.ч. возможен вариант «без ограничений»),

комбинацию типов рекламных блоков, на которые распространяется текущее условие (любая комбинация из всех доступных типов рекламных блоков), способ определения часовых промежутков, подлежащих контролю (фиксированные или плавающие часовые промежутки) и способ реагирования Программы на нарушение данного условия (только информирование пользователя или запрет на сохранение телесетки).

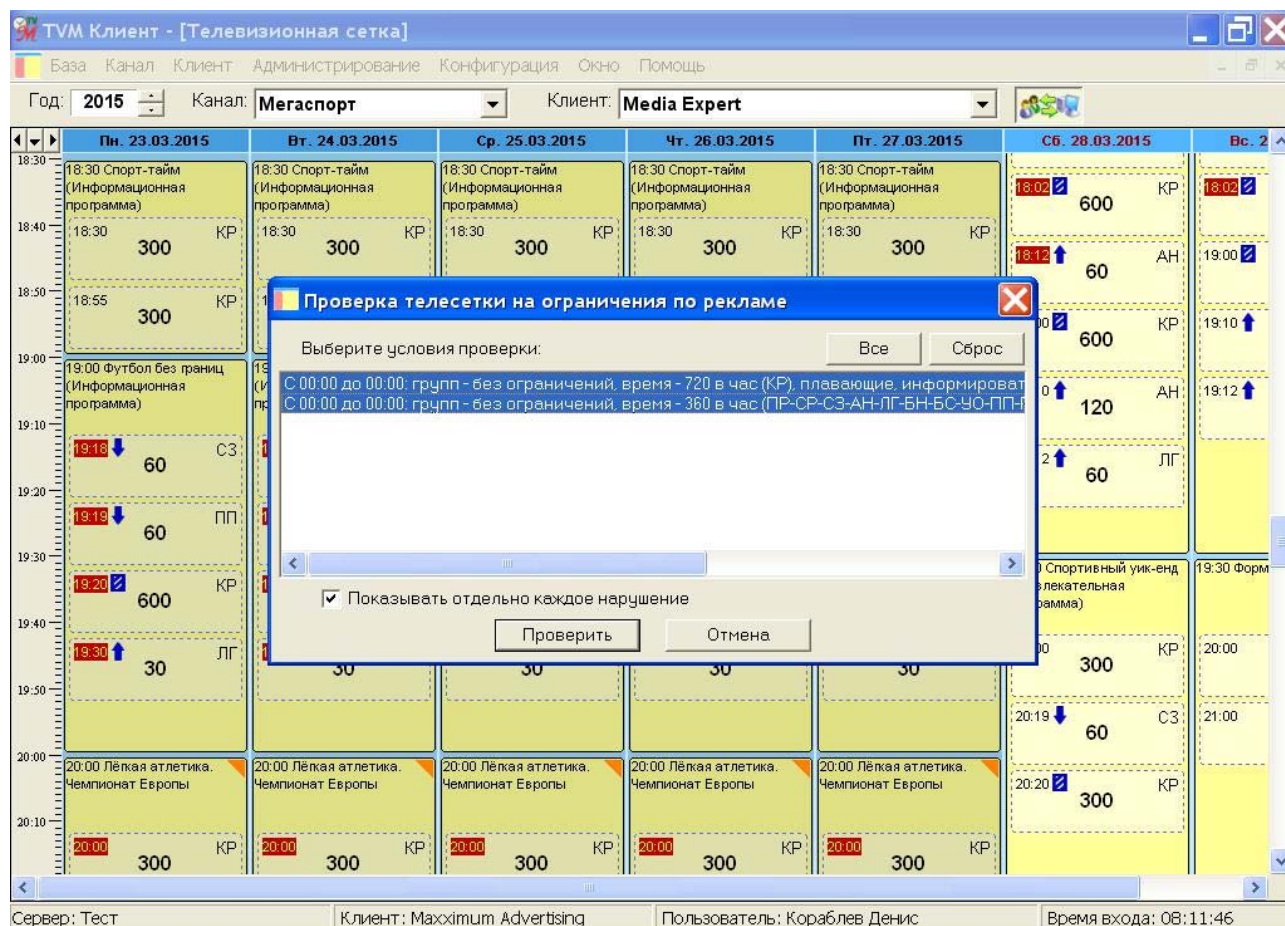


Рисунок 17.1. Проверка телесетки на ограничения по рекламе

Значения времени в диапазоне действия условия задаются в формате «часы / минуты». При этом, первое значение включается в диапазон, а второе – не включается. Если указано 2 одинаковых значения времени, то это означает, что условие действует в течение всех суток.

В условии может присутствовать как любое из двух ограничений (максимальное количество групп рекламных блоков или максимальный суммарный хронометраж рекламных блоков), так и оба эти ограничения одновременно. При этом, каждое из этих ограничений задаётся в привязке к 1 часу эфирного времени.

Фиксированные часовые промежутки означают контроль между каждым целыми значениями часа абсолютного времени (например, с 08:00 до 09:00, с 09:00 до 10:00, с 10:00 до 11:00, ..., с 07:00 до 08:00). Максимально в сутках находится 24 таких часовых промежутка, и эти часовые промежутки не пересекаются между собой.

Плавающие часовые промежутки означают контроль между любыми значениями абсолютного времени длительностью в 1 час (например, с 08:00 до 09:00, с 08:01 до 09:01, с 08:02 до 09:02, ..., с 07:59 до 08:00). Максимально в сутках находится 1440 таких часовых промежутков, и эти часовые промежутки пересекаются между собой.

Щёлкая левой кнопкой мыши по списку условий, можно выделять условия, а повторным щелчком по ним – отменять их выделение. Для быстрого выделения всех условий необходимо нажать на кнопку «Все». Для сброса всех выделений необходимо нажать на кнопку «Сброс». Проверка телесетки производится только по выделенным условиям.

Также имеется возможность указать, следует ли отображать отдельно информацию о каждом найденном нарушении. Для этого форма содержит кнопку-переключатель «Показывать отдельно каждое нарушение».

Выделив требуемую комбинацию условий для проверки, необходимо нажать на кнопку «Проверить» для запуска процесса проверки телесетки. Для того, чтобы отменить проверку и закрыть форму, необходимо нажать на кнопку «Отмена».

После окончания проверки телесетки на экране в отдельном окне будут отражены её общие результаты (см. рис. 17.2). При этом, если будут обнаружены нарушения, то отдельно будет показана их статистика по информирующим условиям, а отдельно – по запрещающим условиям.

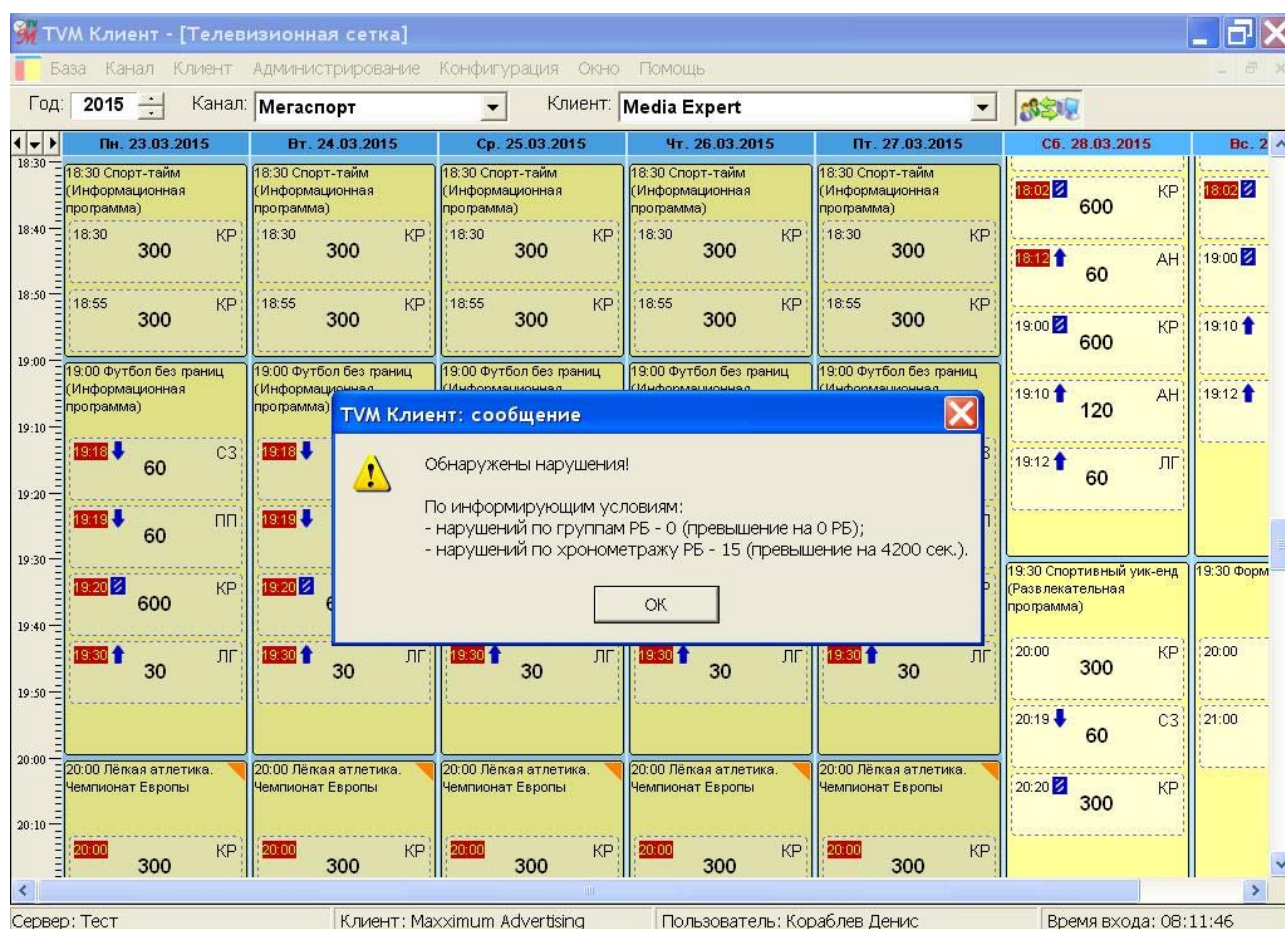


Рисунок 17.2. Результат проверки телесетки на ограничения по рекламе

В каждую статистику входят количество фактов нарушений по группам рекламных блоков (с указанием общего числа превышения максимальной нормы) и количество фактов нарушений по хронометражу рекламных блоков (также с указанием общего хронометража превышения максимальной нормы).

Как показано в примере на рис. 17.2, в результате проверки в текущей телесетке обнаружено 15 нарушений по хронометражу рекламных блоков с общим превышением в 4200 секунд. Поскольку эти нарушения были найдены только по информирующим условиям, то Программа при попытке сохранения такой телесетки в базу данных лишь предупредит пользователя о выходе за установленные ограничения, но не будет препятствовать записи телесетки в базу данных, если того пожелает пользователь.

5. Работа с клиентами

Функции по работе с клиентами доступны в Программе в закладке меню «Клиент», которая появляется на панели меню после установки соединения с сервером (см. рис. 18).

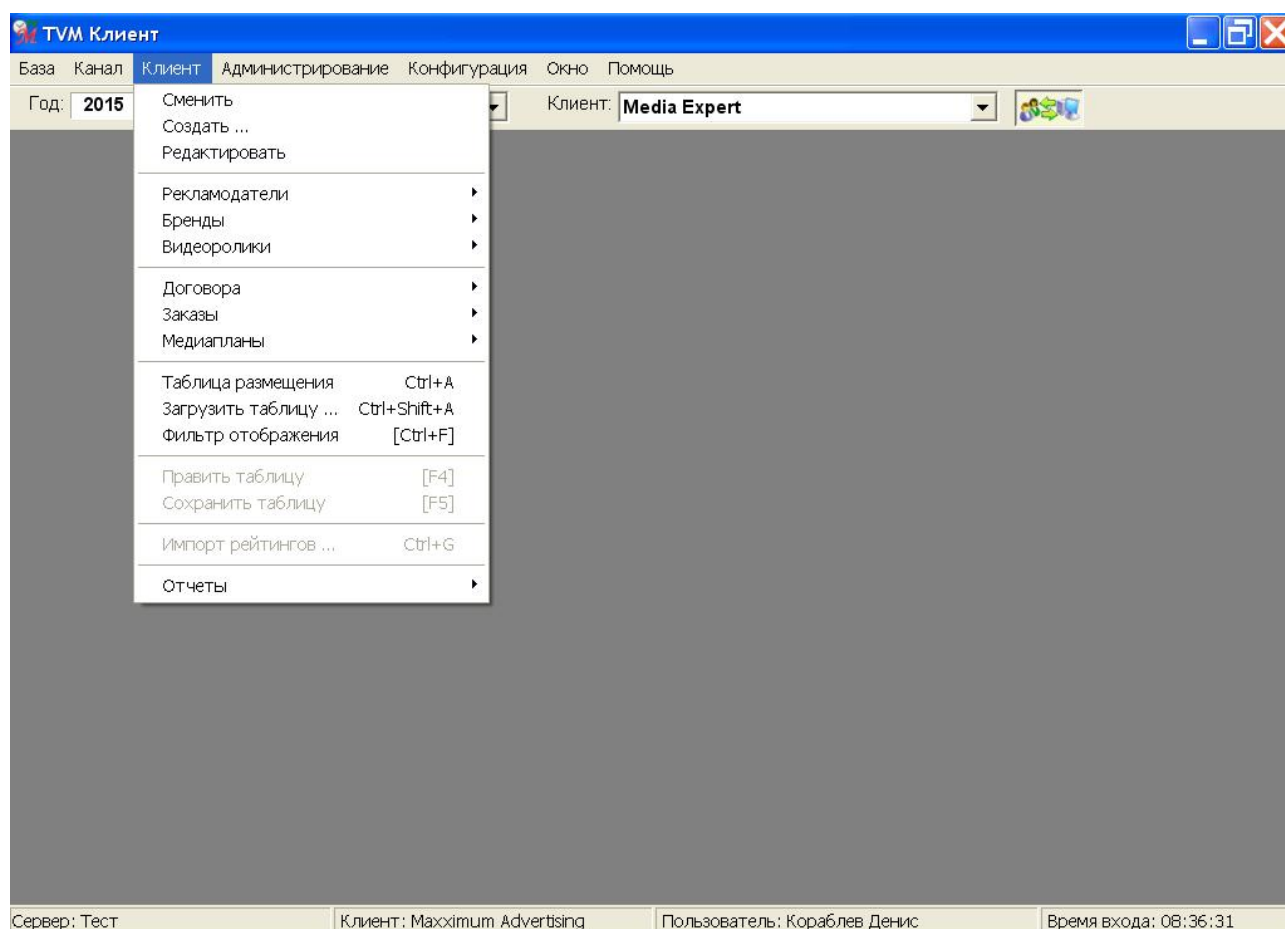


Рисунок 18. Закладка меню «Клиент»

В неё входят группы функций по редактированию клиентов, рекламодателей, брендов, видеороликов, договоров, заказов и медиапланов.

При этом указанные термины в рамках Программы используются в следующем значении:

- клиент – юридическое или физическое лицо, с которым заключается договор на размещение рекламы на телевизионном канале. Это может быть прямой рекламодатель или посредник (например, рекламное агентство);
- рекламодатель – юридическое или физическое лицо, который за плату размещает на телевизионном канале рекламу своего товара или услуги;
- бренд – фабричная марка, торговый знак, который имеет высокую репутацию у потребителей;
- видеоролик – рекламный или иной ролик, который будет транслироваться в эфире, если будет размещен клиентом в соответствующем рекламном блоке таблицы размещения;
- договор – соглашение, которое подписывается с клиентом, на размещение определённых объёмов рекламы на телевизионных каналах. Ограничивается одним годом и одной валютой, но распространяет свое действие на все имеющиеся каналы;
- заказ – часть рекламного времени в рамках договора с клиентом, оформленная в определённом граничном объёме, периоде действия и условиях размещения только для одного отдельного канала;
- медиаплан – часть рекламного времени в рамках заказа, как правило, в рамках конкретного бюджета, с указанием планируемого к размещению объёма рекламы и условий её размещения, включающая в себя определённый набор видеороликов, доступных к размещению в рамках медиаплана.

5.1. Создание нового клиента

Чтобы внести в базу данных информацию о новом клиенте, необходимо в закладке меню «Клиент» выбрать пункт «Создать ...». В ответ на это действие в рабочей области главного окна Программы откроется форма создания клиента (см. рис. 19).

В её поле «Имя» необходимо внести условное наименование клиента, после чего нажать на кнопку «Сохранить». Если клиента с таким именем в базе данных ещё не существует, он будет успешно создан. В противном случае, на экране будет отображено сообщение «Клиент с таким именем уже существует!».

Для отмены создания нового клиента необходимо нажать на кнопку «Отмена» или закрыть форму.

После успешного создания новый клиент будет добавлен немедленно в поле «Клиент» на панели фильтров главного окна Программы и, таким образом, появится возможность сделать его текущим активным клиентом.

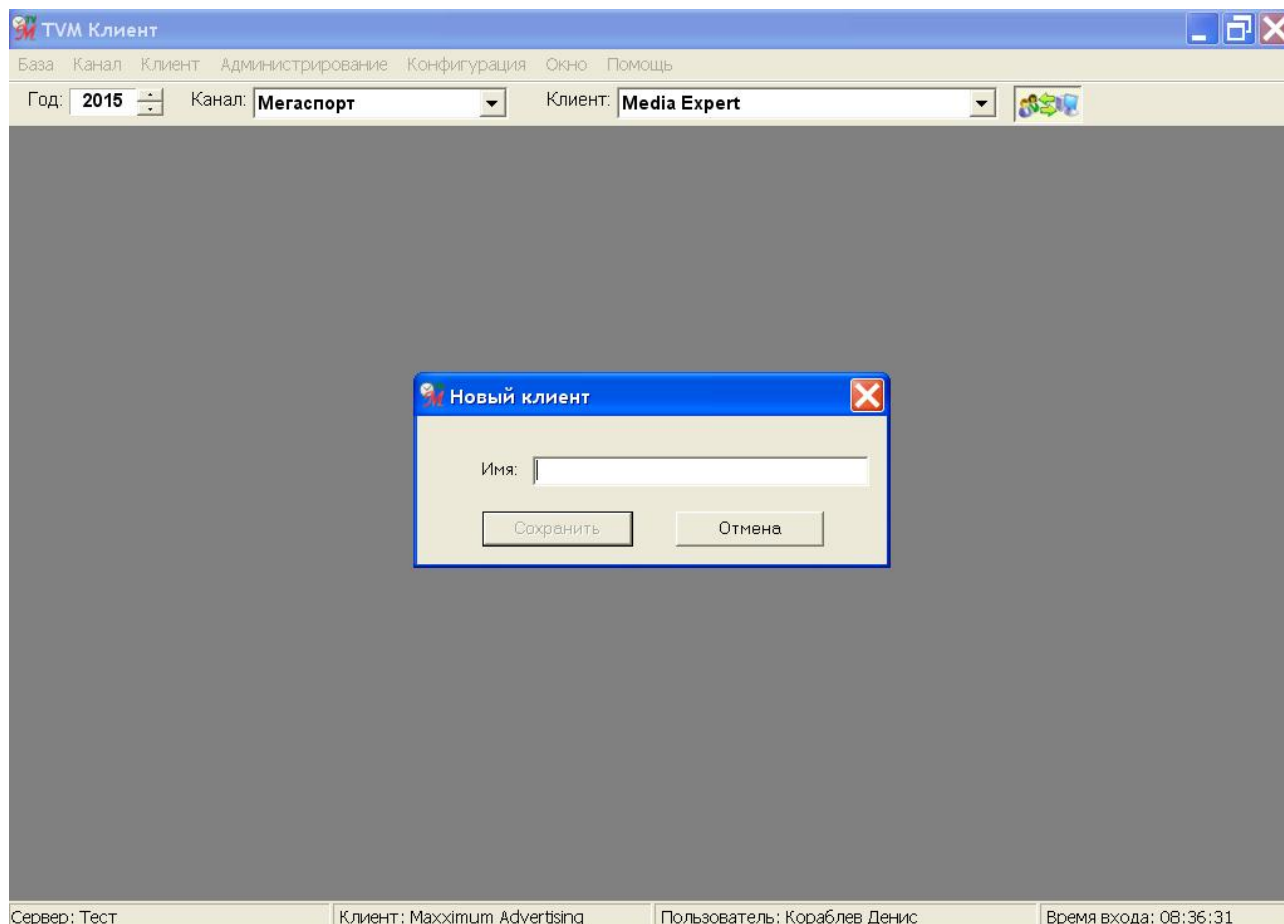


Рисунок 19. Создание нового клиента

5.2. Редактирование существующего клиента

Внести изменения в существующую в базе информацию о клиенте позволяет функция редактирования клиента. Для этого необходимо сначала выбрать требуемого клиента на панели фильтров главного окна Программы в качестве текущего активного клиента, после чего на панели меню в закладке «Клиент» следует выбрать пункт «Редактировать».

В ответ на это действие на экране будет отображена соответствующая форма, поле которой будет содержать текущее условное наименование клиента (см. рис. 20).

После изменения данных о клиенте следует нажать кнопку «Сохранить» для сохранения внесённых правок в базу данных. Если клиента с новым именем в базе данных ещё не существует, он будет успешно изменён. В противном случае, на экране будет отображено сообщение «Клиент с таким именем уже существует!».

Для отмены редактирования клиента необходимо нажать на кнопку «Отмена» или закрыть форму.

Следует отметить, что изменение условного наименования клиента никак не влияет на его систему видеороликов, договоров, заказов и медиапланов, поскольку Программа идентифицирует клиента не по условному

наименованию, а по уникальному и неизменяемому внутреннему идентификатору.

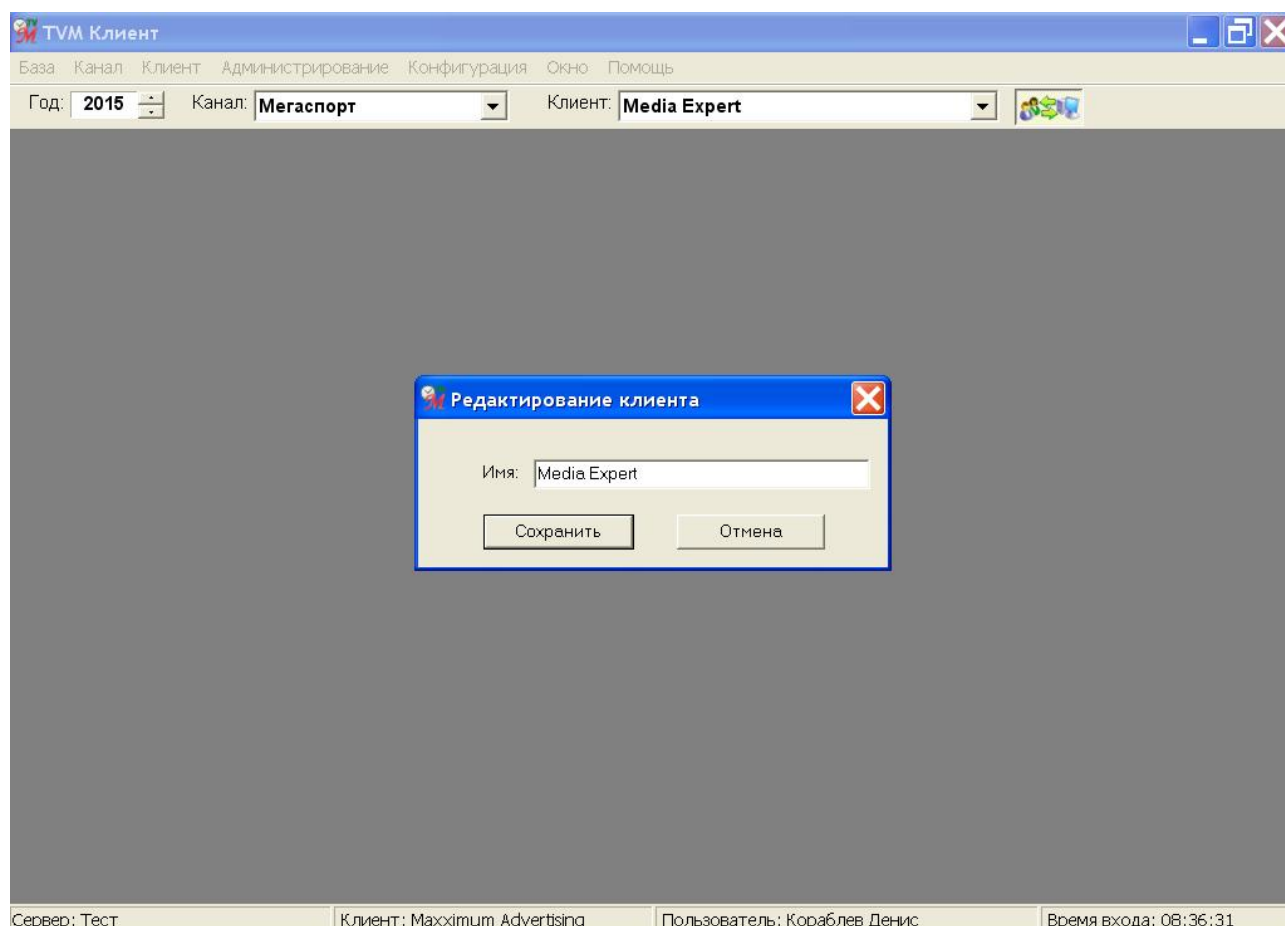


Рисунок 20. Редактирование существующего клиента

5.3. Смена текущего активного клиента

Текущий активный клиент всегда отображается в поле «Клиент» на панели фильтров главного окна Программы.

Для того, чтобы сменить текущего активного клиента, пользователю необходимо:

- на панели фильтров главного окна Программы с помощью кнопки выпадающего списка  мышкой выбрать требуемого клиента в перечне существующих в базе данных клиентов;
- в закладке меню «Клиент» выбрать пункт «Сменить». В ответ на это действие в рабочей области появится форма «Смена активного клиента». Нажав на выпадающем списке, можно выбрать в ней нового клиента, после чего нажать кнопку «Сменить» (см. рис. 21).

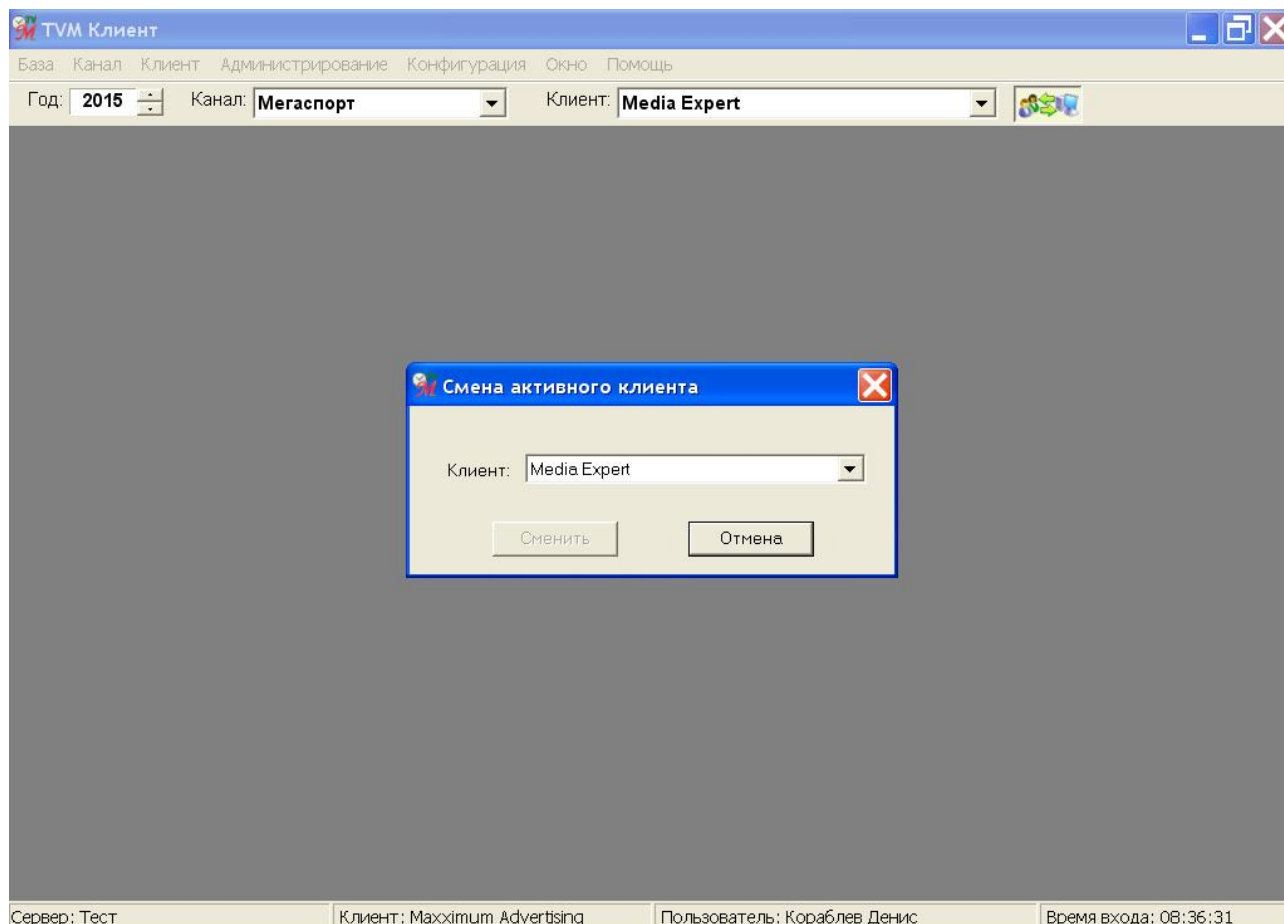


Рисунок 21. Смена активного клиента

5.4. Создание в базе данных нового рекламодателя

Чтобы добавить в базу данных информацию о новом рекламодателе, на панели меню в закладке «Клиент» необходимо выбрать пункты «Рекламодатели» – «Добавить ...» либо нажать стандартную комбинацию горячих клавиш «Ctrl+N» при открытом окне рекламодателей, отображающемся поверх остальных окон.

В ответ на это действие в рабочей области главного окна Программы появится соответствующая форма (см. рис. 21.1).

В её поле «Название» необходимо внести условное наименование рекламодателя, после чего нажать на кнопку «Сохранить». Если рекламодателя с таким именем в базе данных ещё не существует, он будет успешно создан. В противном случае, на экране будет отображено сообщение «Рекламодатель с таким именем уже существует!».

Для отмены создания нового рекламодателя необходимо нажать на кнопку «Отмена» или закрыть форму.

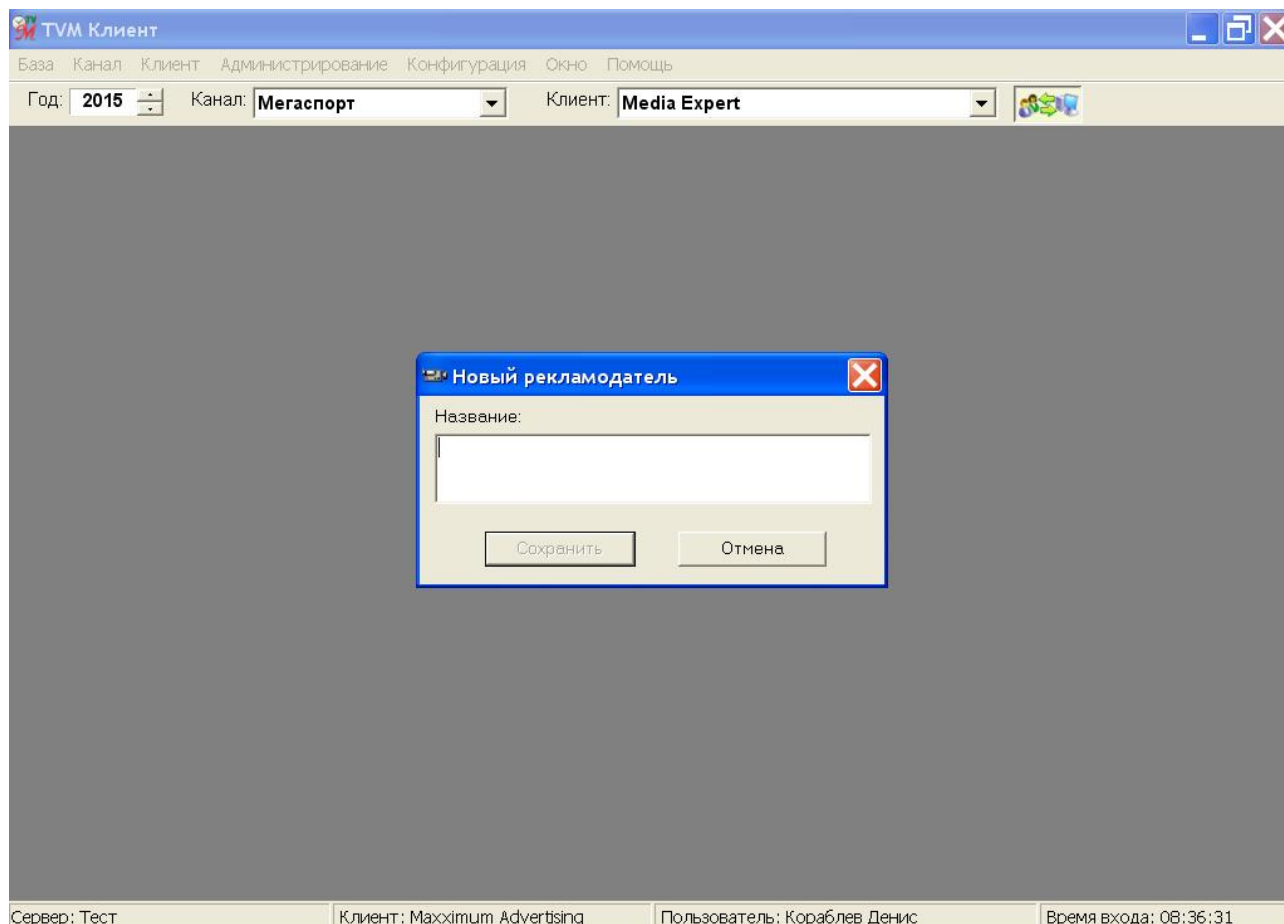


Рисунок 21.1. Создание нового рекламодателя

5.5. Просмотр существующих рекламодателей

Просматривать существующих в базе данных рекламодателей можно путём выбора в закладке меню «Клиент» пунктов «Рекламодатели» – «Смотреть» либо через нажатие комбинации горячих клавиш «Ctrl+R».

При этом на экране появится окно рекламодателей, содержащее таблицу с информацией о названиях и датах последнего изменения всех рекламодателей в системе (см. рис. 21.2). Список рекламодателей в окне всегда выводится полным, независимо от текущего активного канала и текущего активного клиента, поскольку рекламодатели никак не привязаны к существующим в базе данных каналам и клиентам.

Щелчок левой кнопкой мыши по рядку таблицы выделяет этот рядок, подсвечивая его бледно-красным цветом. Если щёлкнуть левой кнопкой мыши по пустому рядку таблицы или щёлкнуть правой кнопкой мыши по любому другому рядку, кроме выделенного, можно отменить текущее выделение.

Щелчок левой кнопкой мыши по заголовку одной из колонок таблицы рекламодателей сортирует содержимое таблицы по данной колонке, последовательно переключая направление сортировки при каждом очередном щелчке.

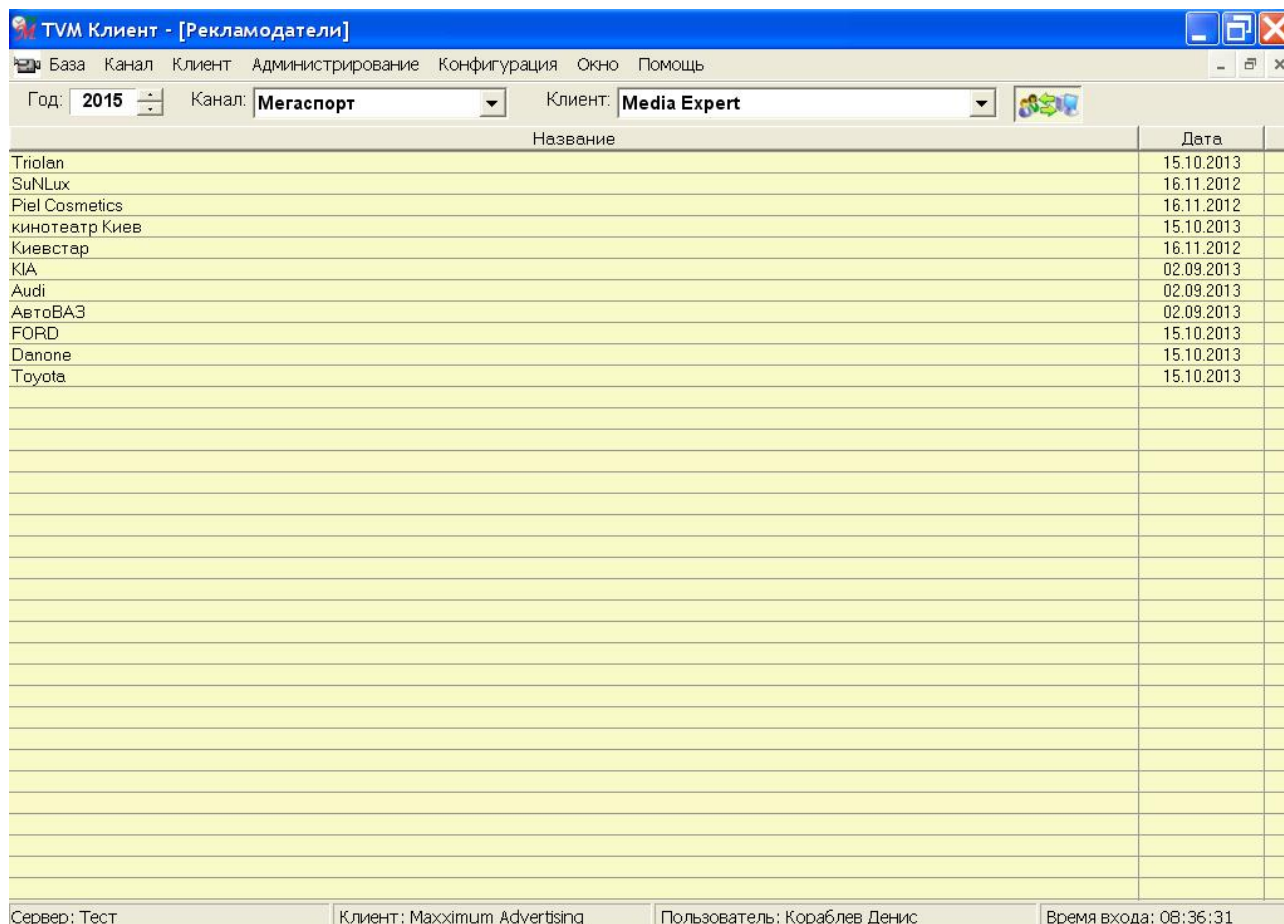


Рисунок 21.2. Окно рекламодателей

5.6. Редактирование существующего рекламодателя

Выделенного рекламодателя в окне рекламодателей при необходимости можно отредактировать. Для этого необходимо в закладке меню «Клиент» выбрать пункты «Рекламодатели» – «Править» либо нажать стандартную комбинацию горячих клавиш «Ctrl+E» при открытом окне рекламодателей, отображающемся поверх остальных окон. В результате на экране появится соответствующая форма, единственное поле которой будет содержать текущее условное наименование выделенного рекламодателя (см. рис. 21.3).

После внесения необходимых изменений надо нажать на кнопку «Сохранить» для записи внесённых правок в базу данных. Если рекламодателя с новым наименованием в базе данных ещё не существует, он будет успешно изменён. В противном случае, на экране будет отображено сообщение «Рекламодатель с таким именем уже существует!».

Для отмены редактирования рекламодателя необходимо нажать на кнопку «Отмена» или закрыть форму.

Следует отметить, что изменение условного наименования рекламодателя никак не влияет на видеоролики, с которыми он связан, поскольку Программа идентифицирует рекламодателя не по его условному наименованию, а по уникальному и неизменяемому внутреннему идентификатору.

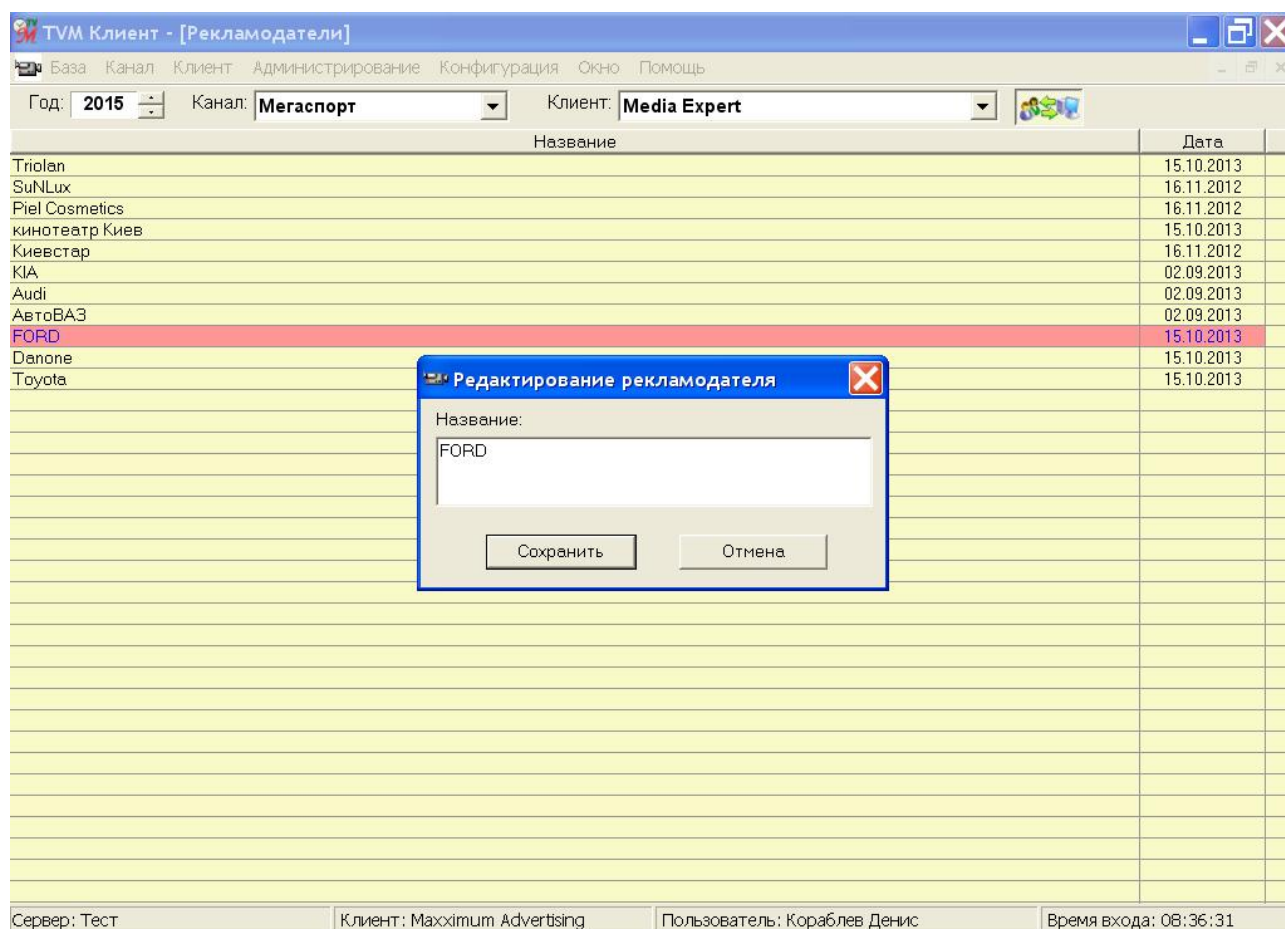


Рисунок 21.3. Редактирование существующего рекламодателя

5.7. Создание в базе данных нового бренда

Чтобы добавить в базу данных информацию о новом бренде, на панели меню в закладке «Клиент» необходимо выбрать пункты «Бренды» – «Добавить ...» либо нажать стандартную комбинацию горячих клавиш «Ctrl+N» при открытом окне брендов, отображающемся поверх остальных окон.

В ответ на это действие в рабочей области главного окна Программы раскроется соответствующая форма (см. рис. 21.4).

В её поле «Название» необходимо внести условное наименование бренда, после чего нажать на кнопку «Сохранить». Если бренда с таким названием в базе данных ещё не существует, он будет успешно создан. В противном случае, на экране будет отображено сообщение «Бренд с таким именем уже существует!».

Для отмены создания нового бренда необходимо нажать на кнопку «Отмена» или закрыть форму.

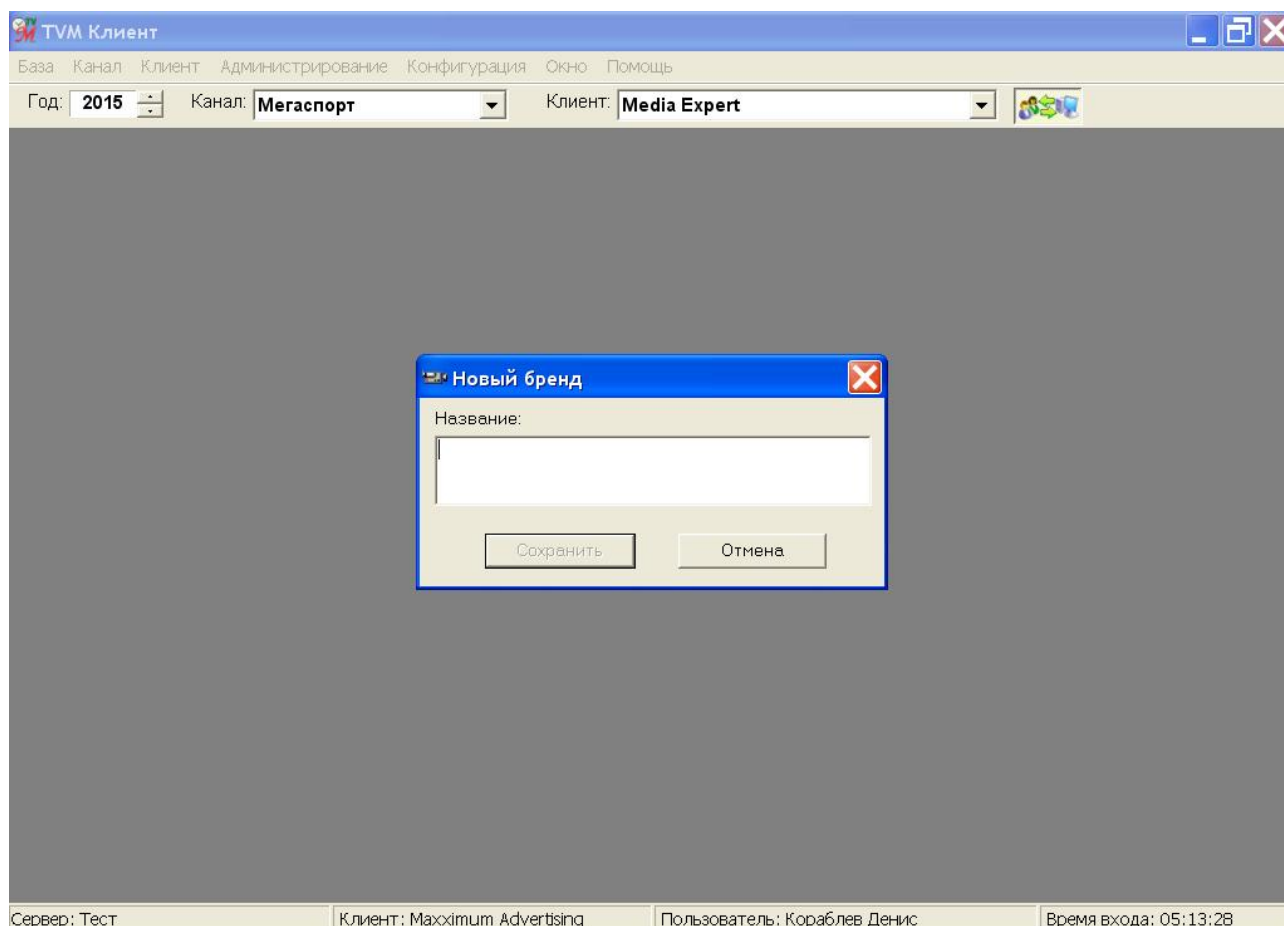


Рисунок 21.4. Создание нового бренда

5.8. Просмотр существующих брендов

Просматривать существующие в базе данных бренды можно путём выбора в закладке меню «Клиент» пунктов «Бренды» – «Смотреть» либо через нажатие комбинации горячих клавиш «Ctrl+B».

При этом на экране появится окно брендов, содержащее таблицу с информацией о названиях и датах последнего изменения всех брендов в системе (см. рис. 21.5). Список брендов в окне всегда выводится полным, независимо от текущего активного канала и текущего активного клиента, поскольку бренды никак не привязаны к существующим в базе данных каналам и клиентам.

Щелчок левой кнопкой мыши по рядку таблицы выделяет этот рядок, подсвечивая его бледно-красным цветом. Если щёлкнуть левой кнопкой мыши по пустому рядку таблицы или щёлкнуть правой кнопкой мыши по любому другому рядку, кроме выделенного, можно отменить текущее выделение.

Щелчок левой кнопкой мыши по заголовку одной из колонок таблицы брендов сортирует содержимое таблицы по данной колонке, последовательно переключая направление сортировки при каждом очередном щелчке.

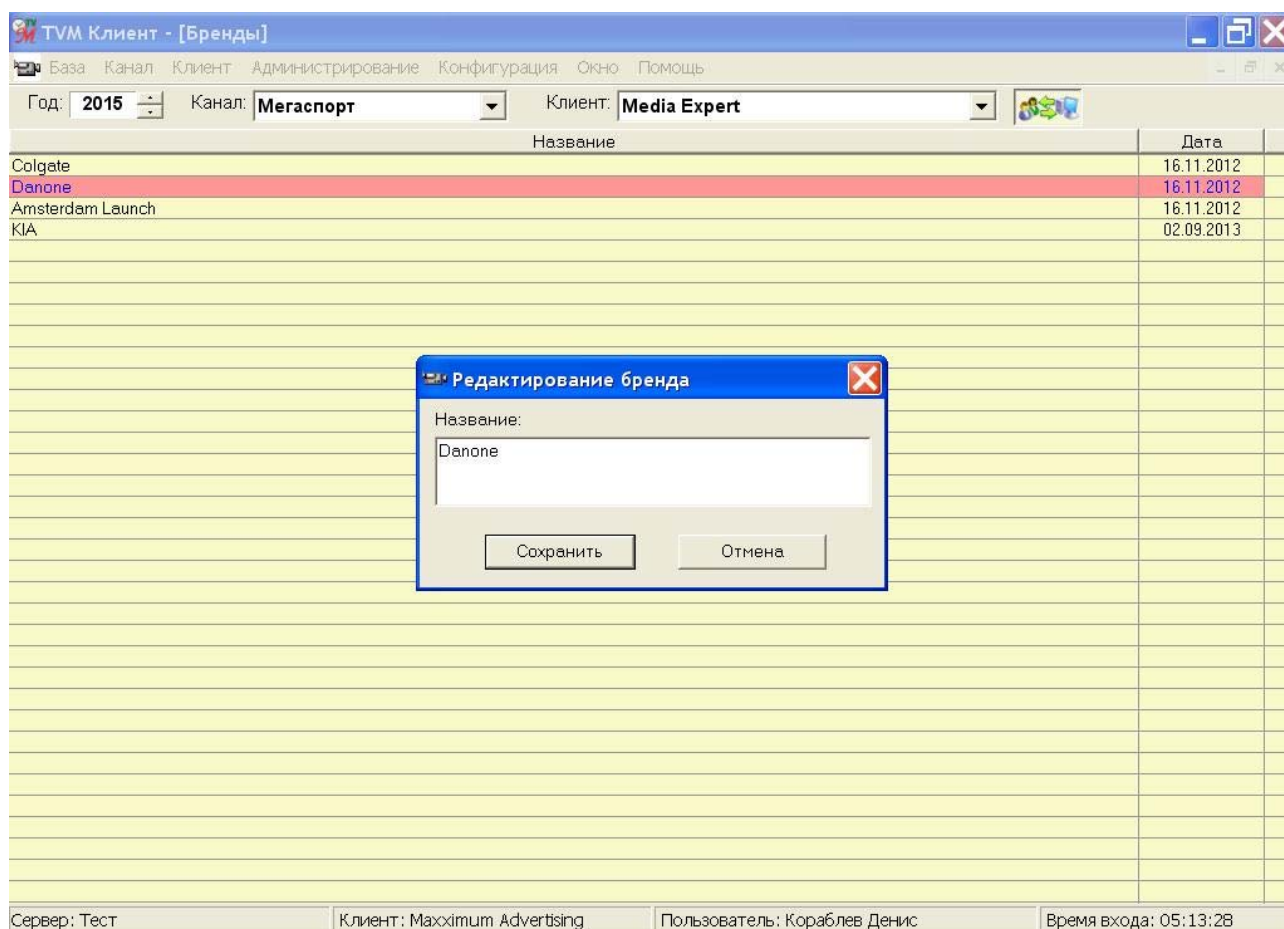


Рисунок 21.6. Редактирование существующего бренда

5.10. Создание у клиента видеороликов

Чтобы добавить в базу данных информацию о новом видеоролике для текущего активного клиента, на панели меню в закладке «Клиент» необходимо выбрать пункты «Видеоролики» – «Добавить ...» либо нажать стандартную комбинацию горячих клавиш «Ctrl+N» при открытом окне видеороликов, отображающемся поверх остальных окон.

В ответ на это действие в рабочей области окна появится соответствующая форма (см. рис. 22).

В её поле «Клиент», не доступном для редактирования, будет указан клиент, которому будет принадлежать создаваемый видеоролик.

Для нового видеоролика необходимо заполнить поля «Название», в котором указать условное название нового видеоролика, «Версия» с версией видеоролика (необязательное к заполнению поле), в поле «Тип блока» выбрать тип рекламного блока, для которого предназначен создаваемый видеоролик, указать его длительность в поле «Хронометраж» (в секундах или символах), дату регистрации в поле «Дата регистрации» (по умолчанию – текущая дата), в поле «Рекламодатель» связать видеоролик с рекламодателем (факультативно), в полях «Бренд № 1», «Бренд № 2», «Бренд № 3» связать видеоролик с одним или

несколькими брендами (факультативно), в поле «Класс товаров» указать класс товара, к которому привязан видеоролик, в поле «Комментарий» указать необязательный комментарий к видеоролику, а также условный код видеоролика в поле «Код».

Рисунок 22. Создание у клиента нового видеоролика

Каждый видеоролик идентифицируется в Программе по комбинации названия и версии. Вследствие этого допускается, чтобы несколько видеороликов имели одинаковое название, но различные версии. Или наоборот, несколько видеороликов могут иметь одинаковые версии, если они имеют различные названия. Если поле «Версия» не заполняется, видеоролику присваивается нулевая (пустая) версия. Во всех блоках Программы, где отображаются видеоролики, их полные наименования имеют формат *Название видеоролика (версия видеоролика)*, если версия указана, или *Название видеоролика*, если версия не указана. Из-за использования в полном наименовании видеороликов символов круглых скобок Программа запрещает создание видеороликов, в названии которых присутствуют эти символы.

Каждый видеоролик должен быть обязательно привязан к рекламному блоку определённого типа. Такую привязку в дальнейшем невозможно изменить, если видеоролик будет размещён хотя бы в одном рекламном блоке. Видеоролик может быть размещён только в рекламном блоке своего типа.

Каждый видеоролик в обязательном порядке должен иметь хронометраж, который измеряется в секундах (для всех типов рекламных блоков, кроме бегущей строки) или символах (только для бегущей строки).

Каждый видеоролик может быть факультативно привязан к одному из существующих в базе данных рекламодателей. Привязка к рекламодателям используется при автоматическом разведении видеороликов в рекламных блоках. Программа перемешивает все размещённые видеоролики в рекламном блоке (которые не закреплены на фиксированных позициях) таким образом, чтобы: 1) исключить соседство двух одинаковых видеороликов; 2) исключить соседство видеороликов с одинаковыми классами товаров; 3) исключить соседство видеороликов с одинаковыми рекламодателями. Если у видеоролика не указан рекламодатель, то этот критерий разведения для такого видеоролика не используется. Напротив, если видеоролики привязаны к рекламодателям, повышается качество перемешивания рекламного блока. Кроме того, привязка видеоролика к рекламодателю может использоваться при сверке данных с измерителем для увеличения эффективности процесса автоматической сверки.

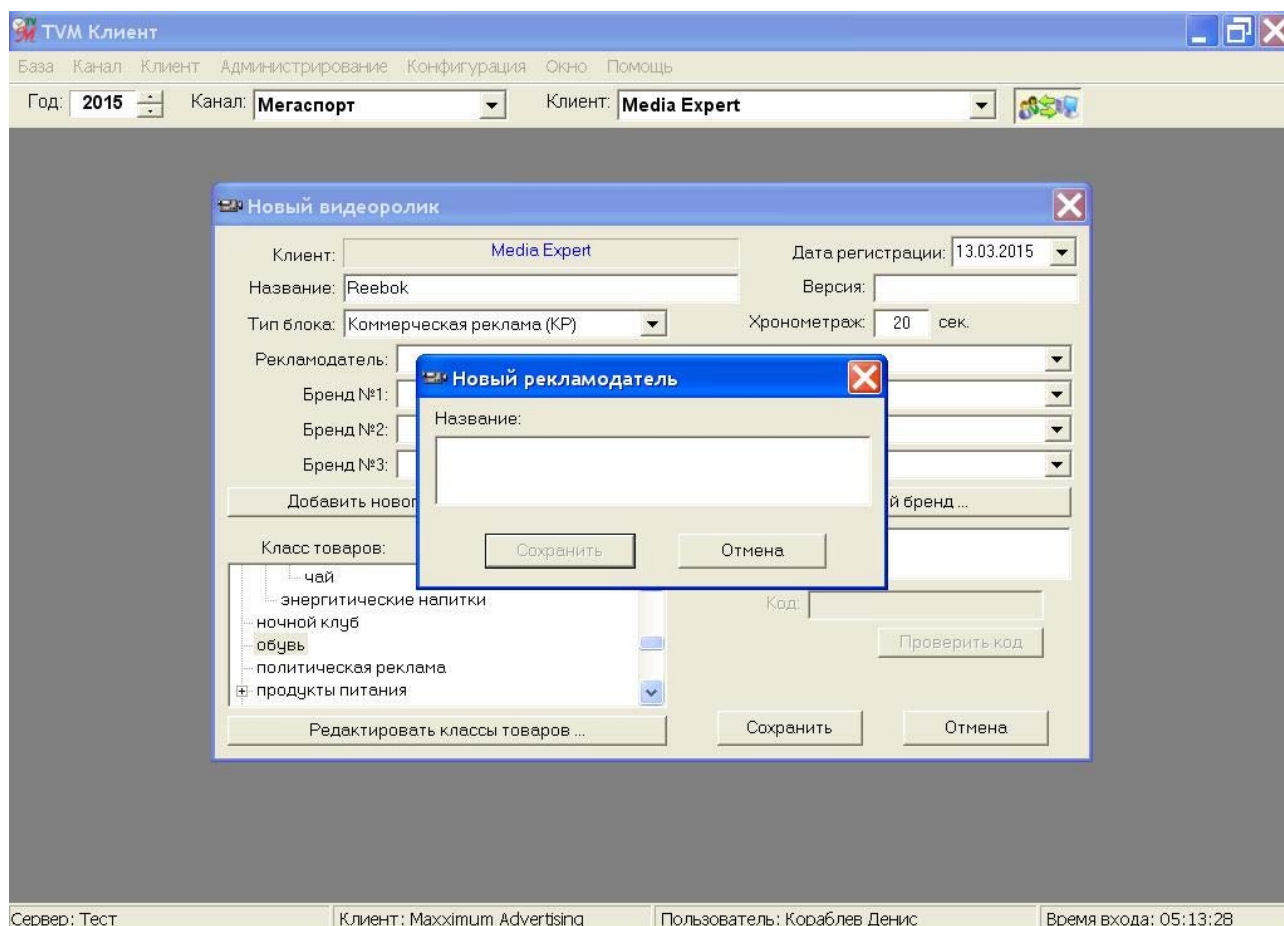


Рисунок 22.1. Создание рекламодателя при создании видеоролика

Если при создании видеоролика оказывается, что его рекламодателя ещё нет в базе данных, Программа позволяет создать нового рекламодателя прямо из формы создания видеоролика (только для пользователей, у которых есть соответствующие права доступа). Для этого необходимо нажать на кнопку «Добавить нового рекламодателя...», после чего на экране будет

дополнительно отображена форма создания рекламодателя (см. рис. 22.1). После добавления нового рекламодателя в базу данных он тут же появится в списках доступных рекламодателей в форме создания видеоролика и его можно будет привязать к создаваемому видеоролику.

Каждый видеоролик может быть факультативно привязан к одному или нескольким существующим в базе данных брендам (до трёх брендов включительно). Эта привязка используется при сверке данных с измерителем для увеличения эффективности процесса автоматической сверки.

Если при создании видеоролика оказывается, что его бренда ещё нет в базе данных, Программа позволяет создать новый бренд, как и рекламодателя, прямо из формы создания видеоролика (только для пользователей, у которых есть соответствующие права доступа). Для этого необходимо нажать на кнопку «Добавить новый бренд...», после чего на экране будет дополнительно отображена форма создания нового бренда (см. рис. 22.2). После добавления нового бренда в базу данных он тут же появится в списках доступных брендов в форме создания видеоролика и его можно будет привязать к создаваемому видеоролику.

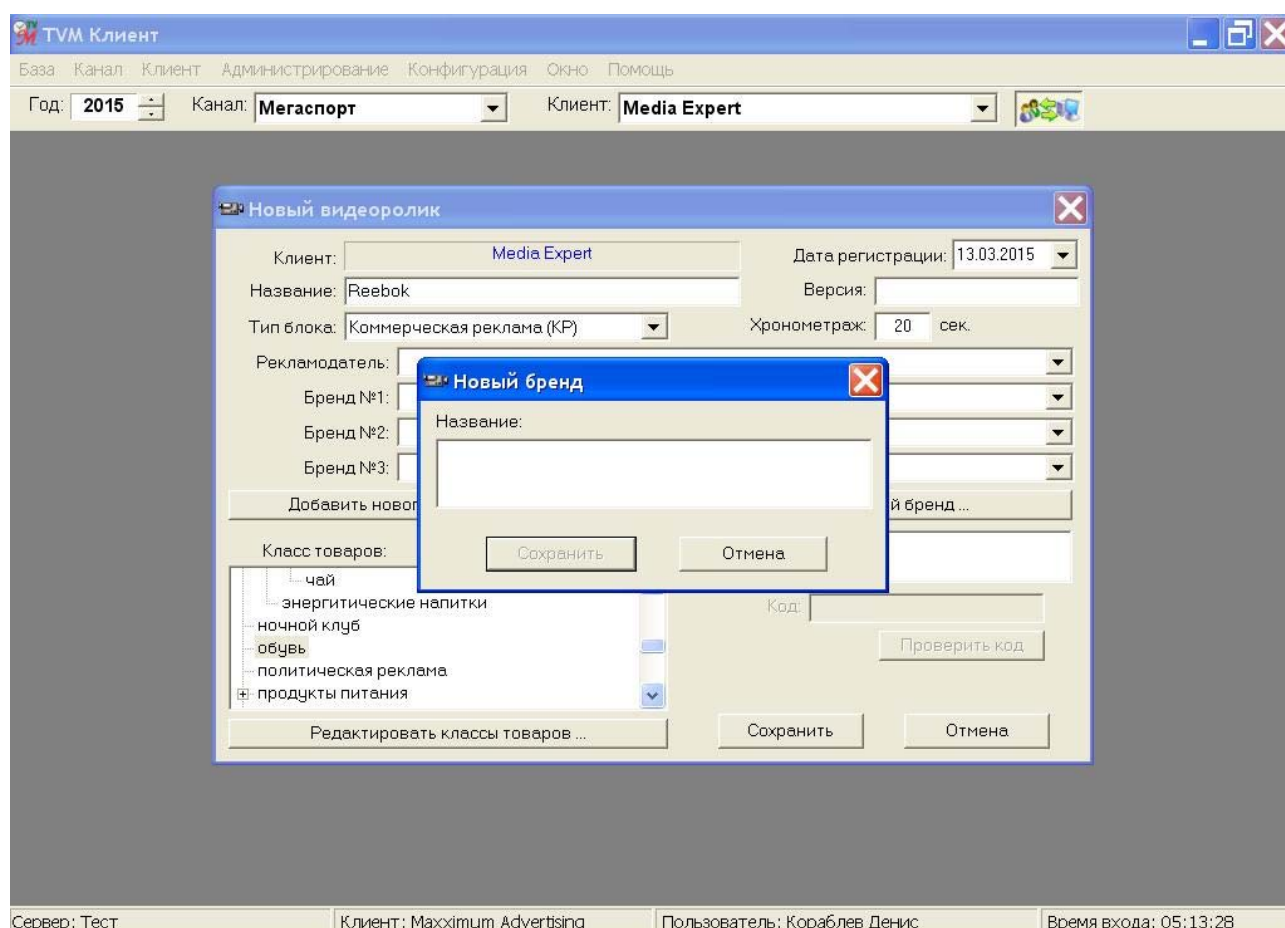


Рисунок 22.2. Создание бренда при создании видеоролика

Каждый видеоролик факультативно или в обязательном порядке может иметь условный код, который помогает идентифицировать видеоролик среди всех видеороликов в базе данных и соответствует принятой системе кодирования видеороликов.

Обязательность или факультативность кодов видеороликов устанавливается на сервере в его опциях и распространяется на всю базу данных каналов и клиентов.

В частности, применительно к кодам видеороликов на сервере могут быть указаны следующие опции:

- является ли задание кода видеоролика факультативным или обязательным для каждого видеоролика;
- должен ли код видеоролика быть уникальным для каждого видеоролика, или допускается существование видеороликов с одинаковыми кодами;
- должен ли сервер автоматически генерировать код видеоролика по заданной формуле, или код должен задавать пользователь;
- в случае автоматического генерирования кода видеоролика сервером допускается ли дальнейшее его изменение пользователем или не допускается.

Если на сервере указана опция автоматического генерирования кода видеоролика, то в форме создания видеоролика поле «Код» будет отключено и не доступно для редактирования. В противном случае оно будет включено, и пользователь сможет ввести код видеоролика самостоятельно.

Если в случае автоматического генерирования кода видеоролика на сервере указана дополнительная опция, запрещающая его дальнейшее изменение, то поле «Код» будет также отключено и в форме редактирования видеоролика. В противном случае в форме редактирования видеоролика поле «Код» будет доступно для изменения.

Если на сервере указана опция обязательного наличия кода видеоролика и пользователь имеет доступ к редактированию кода, данные для создания / редактирования видеоролика не будут приняты до тех пор, пока поле «Код» в форме не будет содержать какой-нибудь код видеоролика. В противном случае это поле может оставаться пустым.

Если на сервере указана опция уникальных кодов видеороликов и пользователь имеет доступ к редактированию кода, данные для создания / редактирования видеоролика не будут приняты до тех пор, пока поле «Код» в форме не будет содержать уникальный код видеоролика, который не имеет ни один другой видеоролик.

Как видно из примера на рис. 22, в текущей конфигурации сервера выставлена опция автоматического генерирования кодов видеороликов, поскольку поле «Код» в форме создания нового видеоролика отключено и не доступно для редактирования.

Каждый видеоролик должен быть обязательно привязан к одному из существующих классов товаров. Для задания такой привязки необходимо в форме создания видеоролика раскрыть дерево классов товара до нужного уровня и выбрать требуемый класс товара из числа доступных.

Пользователям, имеющим специальное право на редактирование классов товаров, при создании нового видеоролика доступна кнопка «Редактировать классы товаров ...», позволяющая внести изменения в существующее дерево

классов. При её нажатии на экране отобразится специальная форма «Редактирование классов товаров» (см. рис. 23).

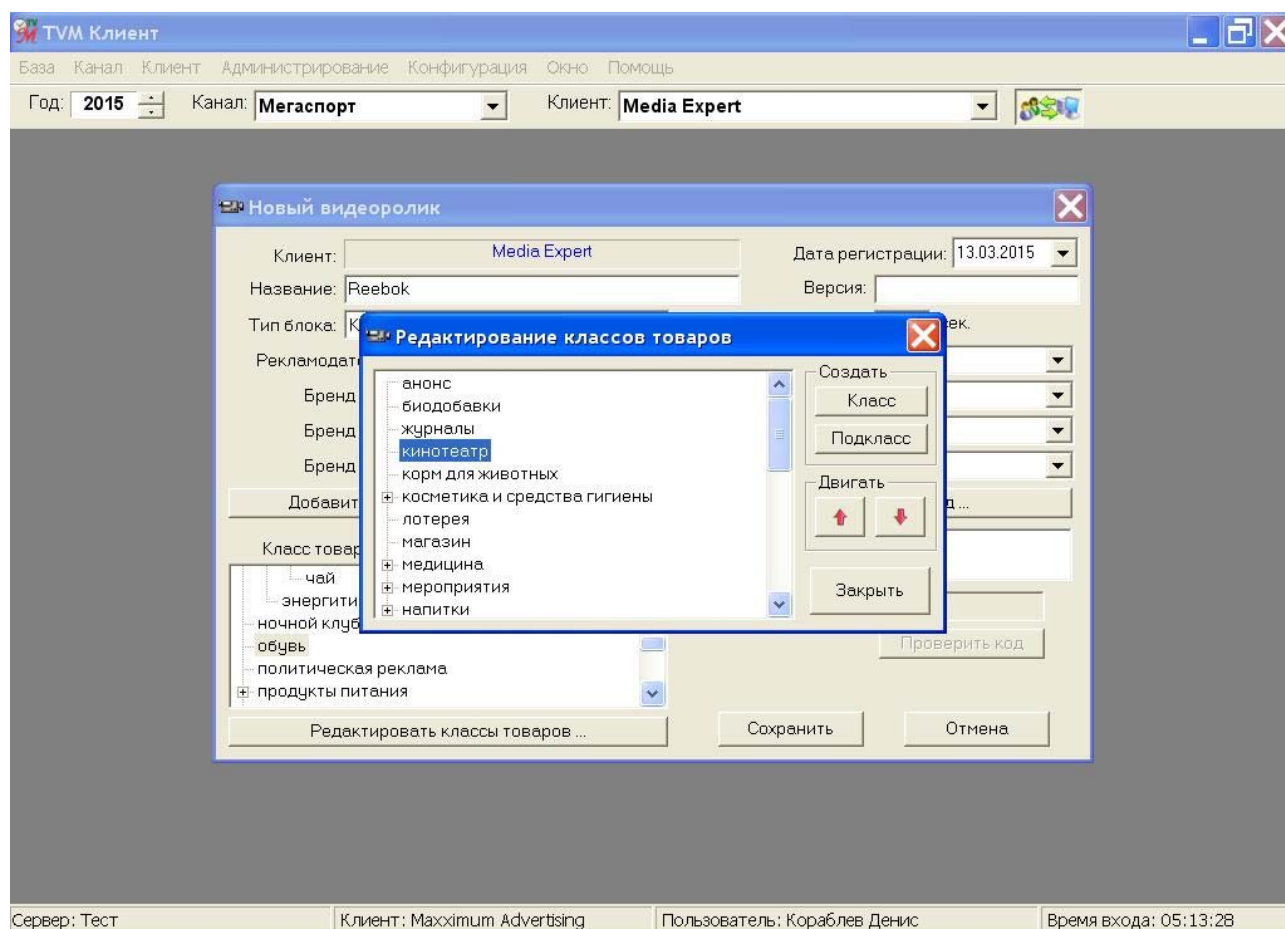


Рисунок 23. Редактирование классов товаров

Она позволяет добавлять новые классы, изменять названия существующим классам и перемещать существующие классы по дереву классов. В то же время нет возможности удалить какой-либо класс товаров из базы данных, поскольку он может использоваться одним из существующих видеороликов.

Для того, чтобы добавить новый класс товара, необходимо щелчком левой кнопки мыши выделить существующий класс товара. При этом, на панели формы подсветятся кнопки «Создать класс» и «Создать подкласс». Если нажать кнопку «Создать класс», новый класс товара появится внизу от выделенного класса. Если нажать кнопку «Создать подкласс», новый класс товаров появится внутри выделенного класса. Необходимо в появившемся прямоугольном поле ввести название нового класса товаров и щелкнуть левой кнопкой мыши по любому другому классу для сохранения этой информации в базе данных.

Для того, чтобы изменить название существующего класса товаров, необходимо щелчком левой кнопки мыши выделить этот класс, после чего повторным щелчком левой кнопки включить режим редактирования. В появившемся прямоугольном поле ввести новое название для данного класса

товаров, после чего щелкнуть левой кнопкой мыши по любому другому классу для сохранения этой информации в базе данных.

Для того, чтобы переместить существующий класс товара по дереву, необходимо выделить его щелчком левой кнопки мыши, и, удерживая кнопку мыши в нажатом состоянии, переместить класс внутрь другого (целевого) класса. Также можно воспользоваться кнопками  и , которые перемещают выделенный класс по дереву соответственно в предыдущий родительский класс (на один уровень вверх, если предыдущего родительского класса нет) и в следующий родительский класс.

После окончания работы с классами товаров необходимо нажать кнопку «Заккрыть».

5.11. Просмотр существующих у клиента видеороликов

Просматривать ранее созданные и сохранённые в базе данных видеоролики клиентов возможно путём выбора в закладке меню «Клиент» пунктов «Видеоролики» – «Смотреть» либо через нажатие комбинации горячих клавиш «Ctrl+Q».

TVM Клиент - [Видеоролики]

База Канал Клиент Администрирование Конфигурация Окно Помощь

Год: 2015 Канал: 1 AUTO Клиент: Maximum Advertising

Название	Версия	Длина	Класс товаров	Тип рекламного блока	Код
Life FAF 3/2008 30"		30	мобильная связь	Коммерческая реклама (КР)	
BeeLine Hippi 29 30"		30	мобильная связь	Коммерческая реклама (КР)	
Lady Life 3/2008		30	мобильная связь	Коммерческая реклама (КР)	
MTS Jeans SMS March		30	мобильная связь	Коммерческая реклама (КР)	
KievStar DJ Indi	v.1	30	мобильная связь	Коммерческая реклама (КР)	
Euroset LG Mar08		20	мобильная связь	Коммерческая реклама (КР)	
BeeLine Subject Is	v2	30	мобильная связь	Коммерческая реклама (КР)	
Mobilochka-mtc 15"		15	мобильная связь	Коммерческая реклама (КР)	
Mobilochka Samsung 30"	v2	30	мобильная связь	Коммерческая реклама (КР)	
Mobilochka Samsung 10"	v2	10	мобильная связь	Коммерческая реклама (КР)	
Euroset Samsung Feb08		30	мобильная связь	Коммерческая реклама (КР)	
Svitoch Window 2008		30	шоколадные изделия	Коммерческая реклама (КР)	
Korona mix 30"		30	шоколадные изделия	Коммерческая реклама (КР)	
KK 4Fingers 20"		20	шоколадные изделия	Коммерческая реклама (КР)	
Kinder Surprise Sport		30	шоколадные изделия	Коммерческая реклама (КР)	
Nestle Yuvelir 30"		30	шоколадные изделия	Коммерческая реклама (КР)	
Lion Parkour 2008		30	шоколадные изделия	Коммерческая реклама (КР)	
Ferrero Rocher		30	шоколадные изделия	Коммерческая реклама (КР)	
KChokolade 30"		30	шоколадные изделия	Коммерческая реклама (КР)	
KChokolade 20"		20	шоколадные изделия	Коммерческая реклама (КР)	
Korona mix		45	шоколадные изделия	Коммерческая реклама (КР)	
Bueno		20	шоколадные изделия	Коммерческая реклама (КР)	
KDelice		20	шоколадные изделия	Коммерческая реклама (КР)	
Axe Instinct 35"		35	дезодоранты	Коммерческая реклама (КР)	
Rexona Tattoo II Medal 10"		10	дезодоранты	Коммерческая реклама (КР)	
Axe Instinct 30"		30	дезодоранты	Коммерческая реклама (КР)	
Rexona Peter Pan 30"		30	дезодоранты	Коммерческая реклама (КР)	
Fa Men Nov 2008		20	дезодоранты	Коммерческая реклама (КР)	
Rexona Peter Pan Zoom 20"		20	дезодоранты	Коммерческая реклама (КР)	
Rexona Peter Pan Clock 20"		20	дезодоранты	Коммерческая реклама (КР)	
Rexona Doll Crystal 20"		20	дезодоранты	Коммерческая реклама (КР)	
Axe Shock		20	дезодоранты	Коммерческая реклама (КР)	
Rexona Galileo Click 20"		20	дезодоранты	Коммерческая реклама (КР)	
Rexona Tatoo II Galileo 10"		10	дезодоранты	Коммерческая реклама (КР)	

Сервер: Тест Клиент: Maximum Advertising Пользователь: Кораблев Денис Время входа: 05:13:28

Рисунок 24. Окно видеороликов

В ответ на экране откроется окно видеороликов, содержащее таблицу, в которой будет отображена информация о доступных видеороликах текущего

активного клиента: их названиях, версиях, длительности, классах товара, типах рекламного блока, кодах, рекламодателях, брендах и датах регистрации (см. рис. 24). Поскольку вся таблица не помещается в окне при его текущей ширине, внизу окна появляется элемент горизонтальной прокрутки.

Щелчок левой кнопкой мыши по ряду таблицы выделяет этот рядок, подсвечивая его бледно-красным цветом. Если щёлкнуть левой кнопкой мыши по пустому ряду таблицы или щёлкнуть правой кнопкой мыши по любому другому ряду, кроме выделенного, можно отменить текущее выделение.

Щелчок левой кнопкой мыши по заголовку одной из колонок таблицы видеороликов сортирует содержимое таблицы по данной колонке, последовательно переключая направление сортировки при каждом очередном щелчке.

5.12. Редактирование существующего видеоролика

Выделенный видеоролик при необходимости можно отредактировать. Для этого следует в закладке меню «Клиент» выбрать пункты «Видеоролики» – «Править» либо нажать стандартную комбинацию горячих клавиш «Ctrl+E» при открытом окне видеороликов, отображающемся поверх остальных окон. В ответ на экране появится соответствующая форма (см. рис. 25).

The screenshot shows the 'TVM Клиент - [Видеоролики]' application window. The main window has a menu bar with 'База', 'Клиент', 'Администрирование', 'Конфигурация', 'Окно', and 'Помощь'. Below the menu bar, there are dropdowns for 'Год: 2015', 'Канал: Мегаспорт', and 'Клиент: Maxxi-TV'. The main area displays a table of video ads. The row 'Вокруг Света v3 10' is highlighted in red. A dialog box titled 'Редактирование видеоролика' is open over the table. The dialog contains the following fields and controls:

- Клиент: Maxxi-TV
- Дата регистрации: 11.11.2010
- Название: Вокруг Света v3 10
- Версия: 3
- Тип блока: Коммерческая реклама (КР)
- Хронометраж: 10 сек.
- Рекламодатель: (empty field)
- Бренд №1: (empty field)
- Бренд №2: (empty field)
- Бренд №3: (empty field)
- Добавить нового рекламодателя ...
- Добавить новый бренд ...
- Класс товаров: (empty field)
- Комментарий: (empty field)
- Код: (empty field)
- Проверить код
- Сохранить
- Отмена
- Редактировать классы товаров ...

The background table has columns: Название, Версия, Длина, Класс товаров, Тип рекламного блока, and Код. The highlighted row 'Вокруг Света v3 10' has values: 3, 10, журналы, Коммерческая реклама (КР).

Рисунок 25. Редактирование информации о видеоролике

Как видно из приведённого примера, редактируемый видеоролик не привязан ни к рекламодателю, ни к брендам, и не имеет кода.

В то же время поле «Код» доступно для редактирования. Это означает, что на сервере выставлена опция «Автоматически генерировать код видеоролика, но разрешать его последующую правку пользователем» (т.к. поле «Код» было не доступно при создании видеоролика, но доступно при его редактировании).

Например, необходимо назначить редактируемому видеоролику код R0145, при условии, что его не использует никакой другой видеоролик. Следует ввести строку «R0145» в поле «Код» формы, после чего нажать на расположенную рядом с ним кнопку «Проверить» для проверки уникальности введённого кода в базе данных. В результате проверки под кнопкой появится строка «ЭТОТ КОД НЕ ИСПОЛЬЗУЕТСЯ!» (выполненная зелёным шрифтом), которая свидетельствует о том, что введённый код уникален (см. рис. 25.1).

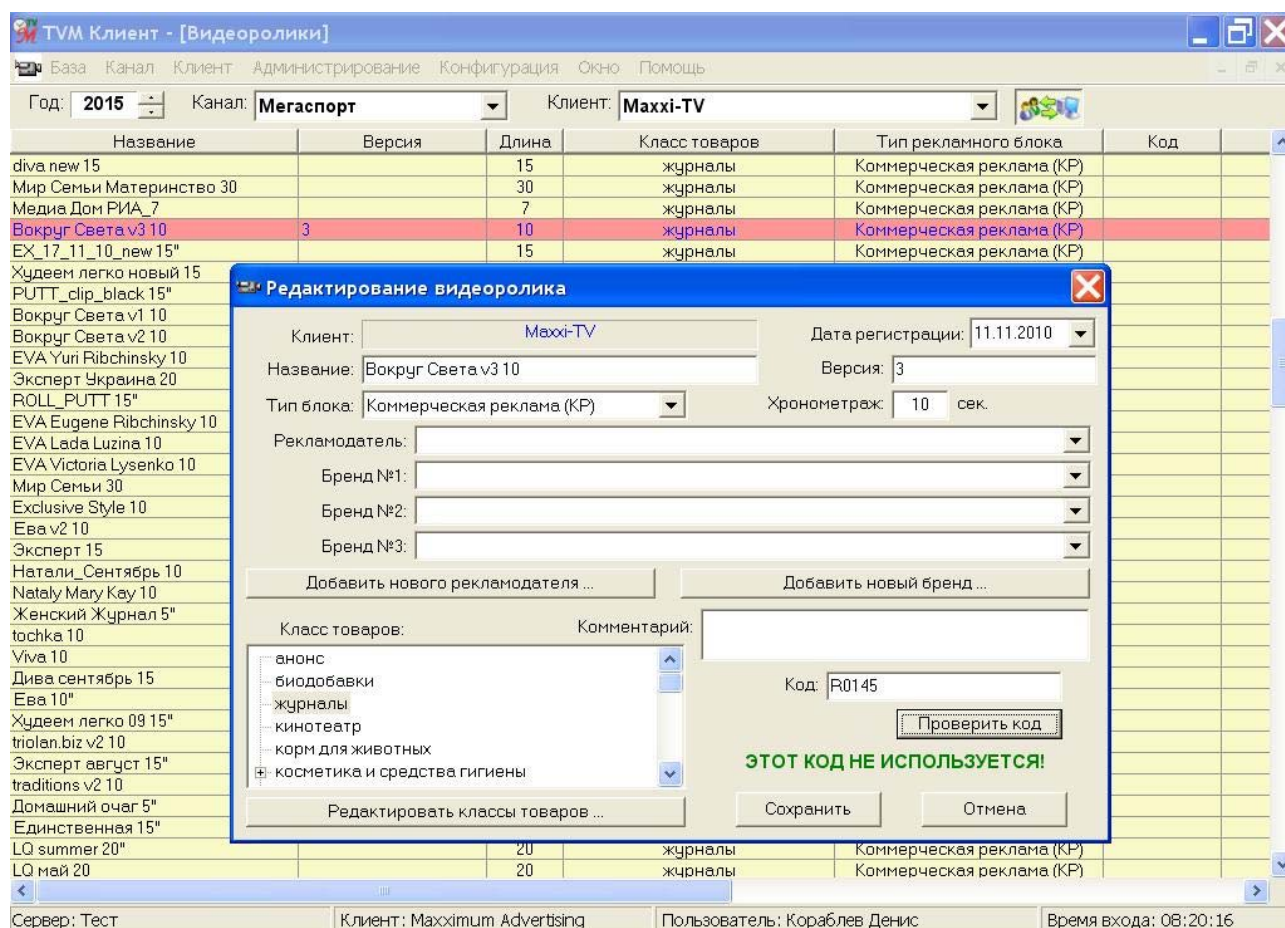


Рисунок 25.1. Проверка кода видеоролика на уникальность

В противном случае, если бы введённый код не был уникальным, в этой области появилась бы строка «ЭТОТ КОД УЖЕ ИСПОЛЬЗУЕТСЯ!» (выполненная красным шрифтом), как, например, в случае проверки кода R0001 (см. рис. 25.2).

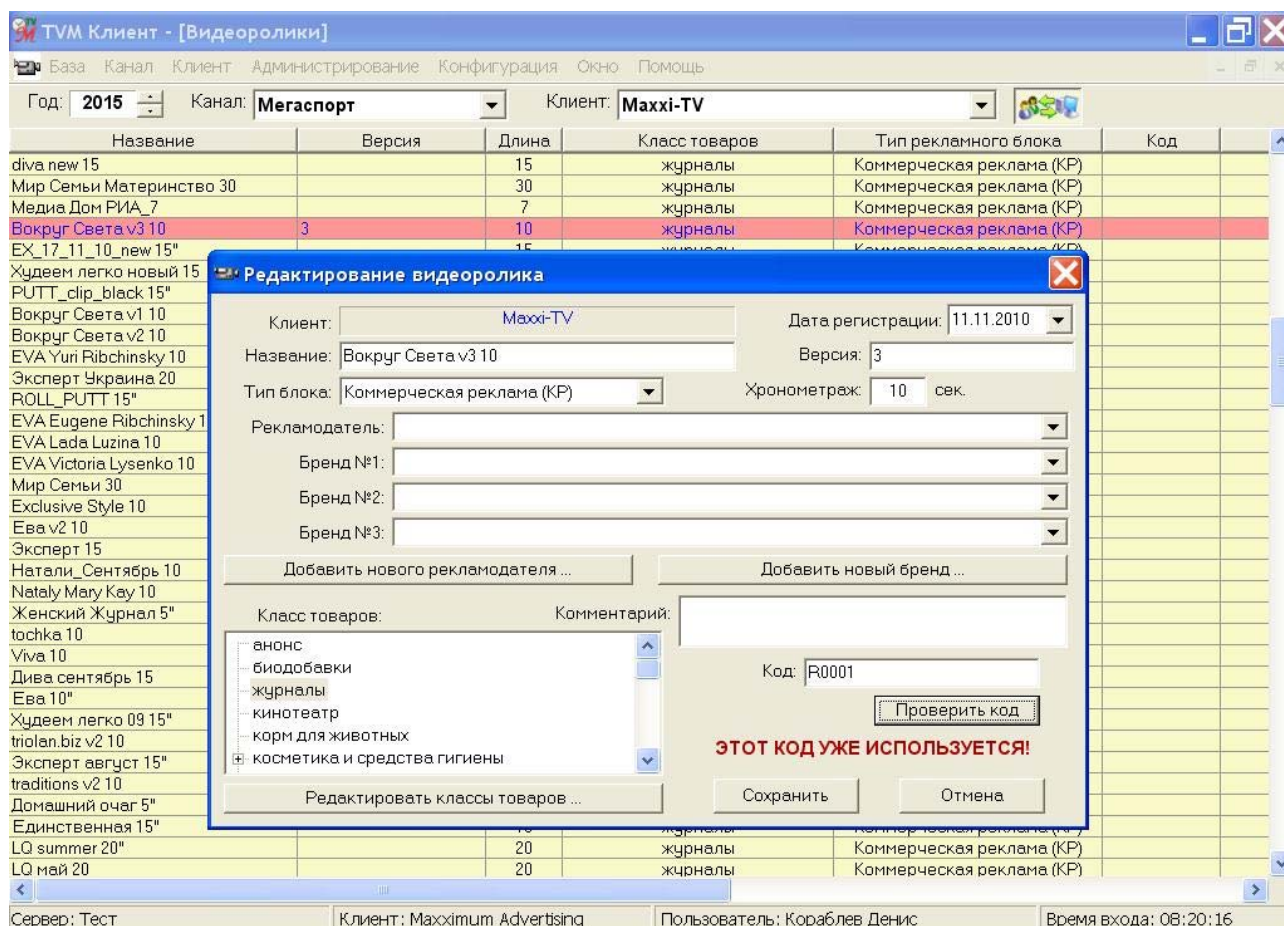


Рисунок 25.2. Проверка используемого кода видеоролика на уникальность

После внесения всех необходимых изменений в параметры видеоролика необходимо нажать на кнопку «Сохранить». Для отмены редактирования видеоролика необходимо нажать на кнопку «Отмена» или закрыть форму.

Следует отметить, что случаях, когда редактируемый видеоролик уже присутствует в размещениях, Программа ограничивает редактирование некоторых его параметров.

В частности, у такого видеоролика невозможно изменить тип рекламного блока, хронометраж и класс товаров.

5.13. Создание у клиента договоров

В пункте «Договора» закладки меню «Клиент» содержится информация о договорах, заключенных с клиентами.

Чтобы создать новый договор для текущего активного клиента, на панели меню в закладке «Клиент» необходимо выбрать пункты «Договора» – «Создать ...» либо нажать стандартную комбинацию горячих клавиш «Ctrl+N» при открытом информационном окне (договоров / заказов / медиапланов), отображающемся поверх остальных окон и не имеющим выделенного договора.

В ответ на это действие в рабочей области окна раскроется соответствующая форма (см. рис. 26).

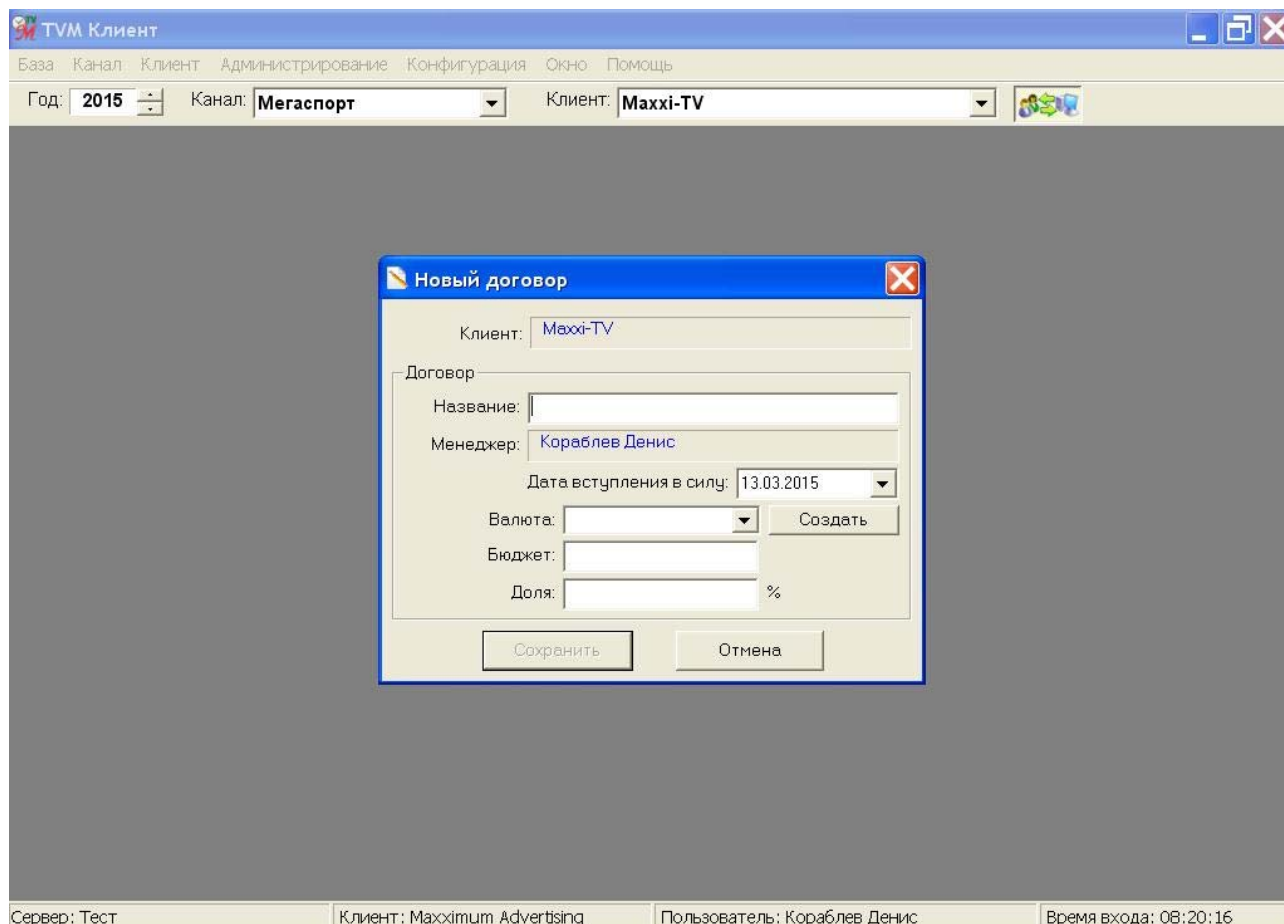


Рисунок 26. Создание нового договора

В её поле «Клиент», не доступном для редактирования, будет указан клиент, которому будет принадлежать создаваемый договор. Этим клиентом всегда является текущий активный клиент, выбранный на панели фильтров главного окна Программы.

В поле «Менеджер», также не доступном для редактирования, отображается информация о пользователе (его имя и фамилия), создающего новый договор от имени клиента.

Для создания нового договора необходимо в обязательном порядке заполнить поле «Название», которое будет идентифицировать создаваемый договор, указать дату вступления договора в силу и выбрать его валюту.

Чтобы ввести дату вступления в силу договора, в поле «Дата вступления в силу» необходимо нажать на кнопку выпадающего списка, после чего на экране отобразится календарь, в котором можно выбрать необходимые год, месяц и число (см. рис. 27).

Каждый договор, создаваемый в Программе, действует только в течение того года, на который он был создан. Например, если дата вступления договора в силу 13.03.2015, то этот договор будет действовать с 13.03.2015 по 31.12.2015 включительно.

На каждый следующий год для каждого клиента необходимо создавать новый договор.

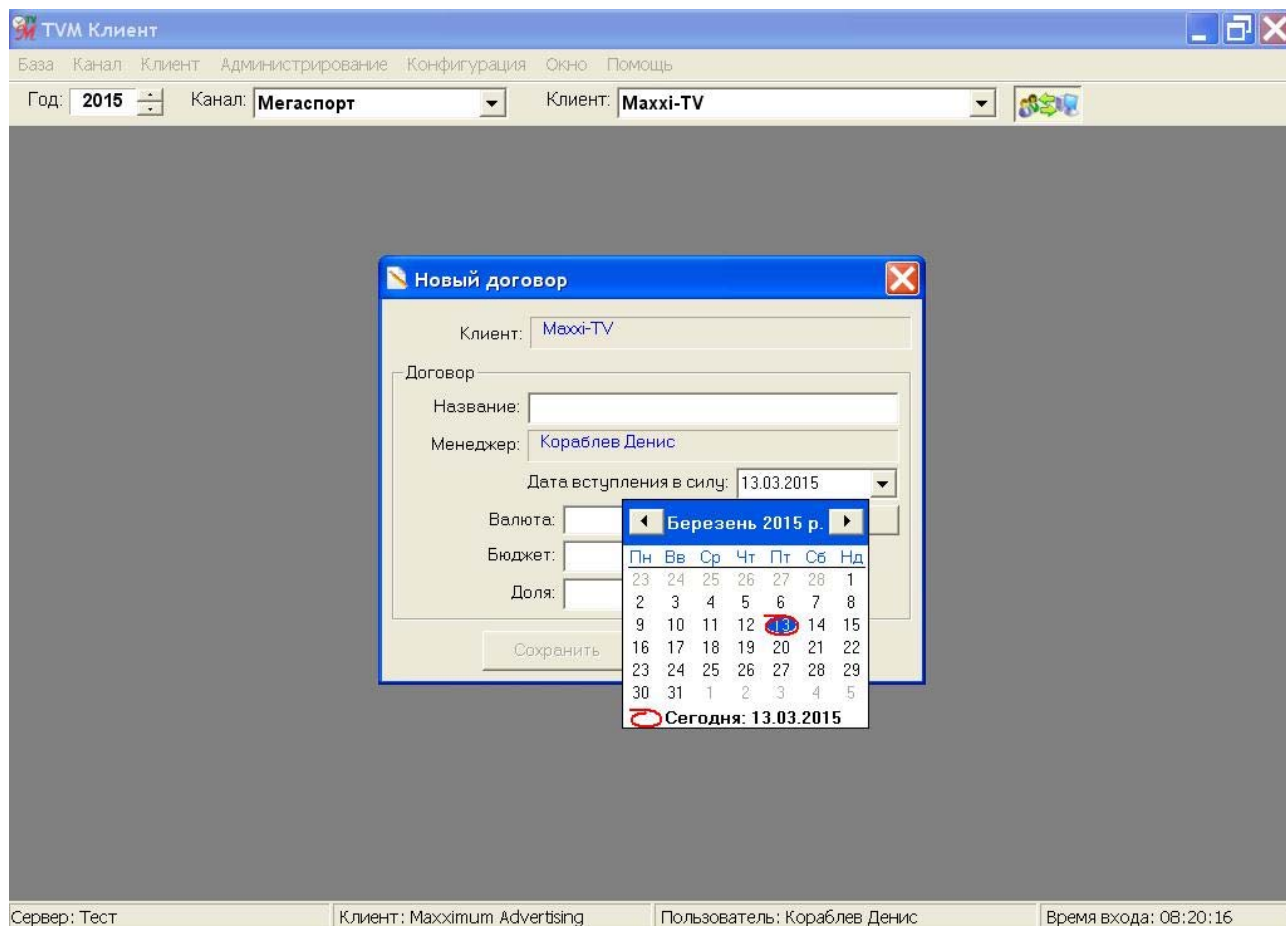


Рисунок 27. Выбор даты создания договора

Чтобы привязать договор к валюте, необходимо в поле «Валюта» нажать на кнопку выпадающего списка и выбрать требуемую валюту.

Если при создании договора оказывается, что его валюты ещё нет в базе данных, Программа позволяет создать новую валюту прямо из формы создания договора (только для тех пользователей, у которых есть соответствующие права доступа). Для этого необходимо нажать на кнопку «Создать», находящуюся справа от поля «Валюта», после чего на экране будет дополнительно отображена форма создания новой валюты (см. рис. 28). После добавления новой валюты в базу данных она тут же появится в списках доступных валют в форме создания договора видеоролика и её можно будет привязать к создаваемому договору.

Факультативные поля «Бюджет» и «Доля, %» содержат, соответственно, абсолютное значение бюджета договора и его долю, в процентах, имеют вспомогательный информационный характер и могут заполняться пользователями только при необходимости.

Важно отметить, что договора в Программе идентифицируется не только по их названию, а по комбинации названия договора, года вступления его в силу и клиента, которому принадлежит договор. Это означает, что договора, вступившие в силу в разные годы у одного и того же клиента, могут иметь одинаковые названия, а договора у разных клиентов могут полностью совпадать и по названию, и по году. **Только в пределах одного года у одного и того же клиента названия договоров должны быть уникальными!**

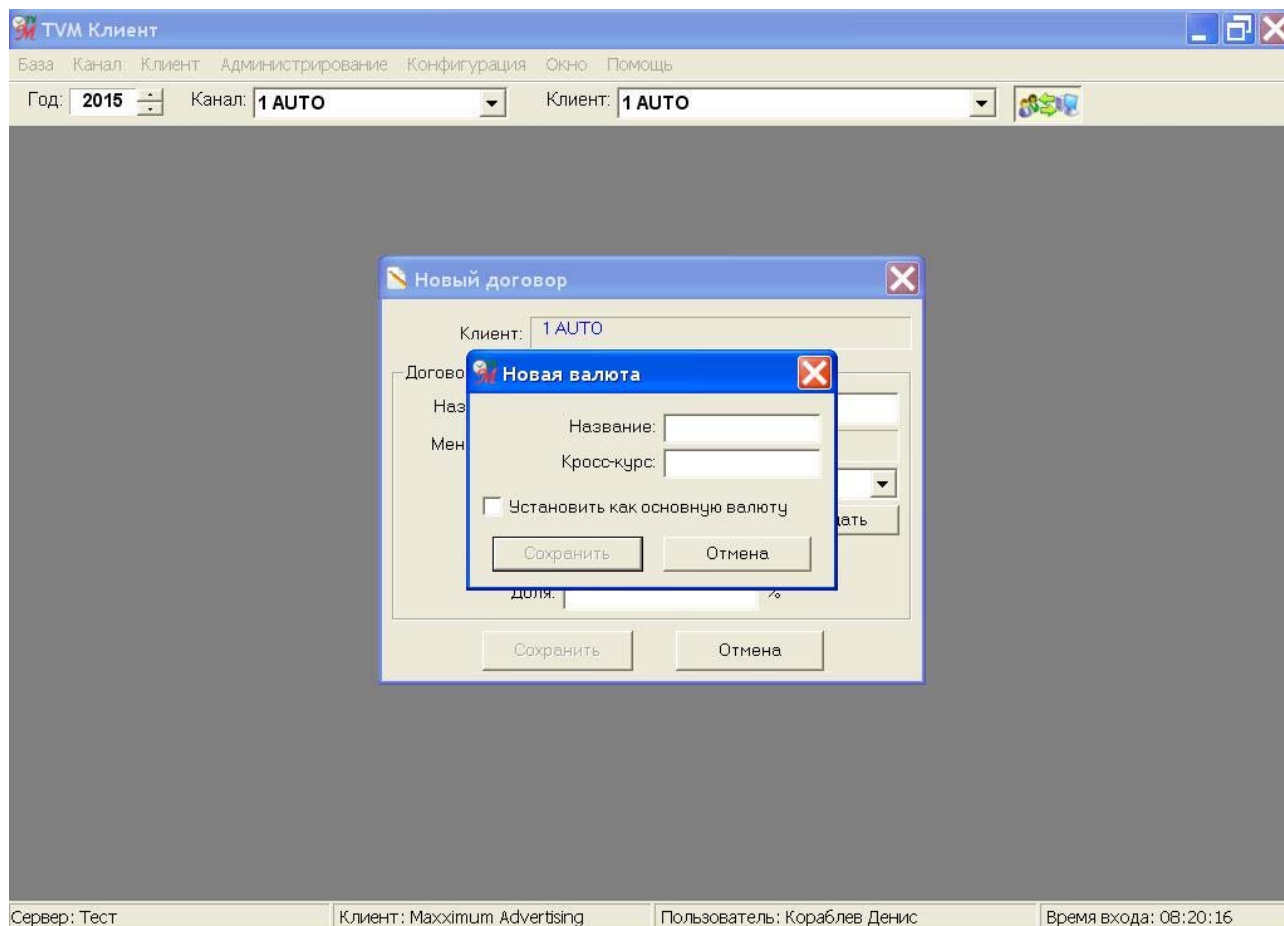


Рисунок 28. Создание новой валюты из формы создания договора

После внесения всех необходимых параметров договора необходимо нажать на кнопку «Сохранить» для записи нового договора в базу данных. Для отмены создания договора необходимо нажать на кнопку «Отмена» или закрыть форму.

5.14. Просмотр договоров клиента в информационном окне

Просмотреть существующую информацию о договорах текущего активного клиента за текущий активный год можно с помощью выбора в закладке меню «Клиент» пунктов «Договора» – «Смотреть» либо через нажатие комбинации горячих клавиш «Ctrl+D». В ответ в рабочей области главного окна Программы откроется информационное окно (см. рис. 29), в котором отобразятся все существующие в базе данных и доступные для просмотра договора текущего клиента на текущий год (по значениям на панели фильтров).

Информационное окно состоит из 5 вложенных окон (см. рис. 29): 1 – окно договоров, 2 – окно заказов, 3 – окно медиапланов, 4 – окно статистики по медиаплану (со своей панелью управления), 5 – информационная панель.

В окне договоров находится список доступных договоров текущего активного клиента по текущему активному году. Если на панели фильтров

изменить текущий активный год или текущего активного клиента, через 1-2 секунды окно договоров будет перегружено.

По аналогии с другими таблицами, можно выделить любой рядок таблицы договоров, щёлкнув по нему левой кнопкой мыши. Если щёлкнуть левой кнопкой мыши по пустому рядку таблицы или щёлкнуть правой кнопкой мыши по любому другому рядку, кроме выделенного, можно отменить текущее выделение.

Щелчок левой кнопкой мыши по заголовку одной из колонок таблицы договоров сортирует содержимое таблицы по данной колонке, последовательно переключая направление сортировки при каждом очередном щелчке.

Поскольку таблица договоров в соответствии с текущей шириной своих колонок не помещается полностью в окне договоров (см. рис. 29), внизу окна договоров отображается элемент горизонтальной прокрутки.

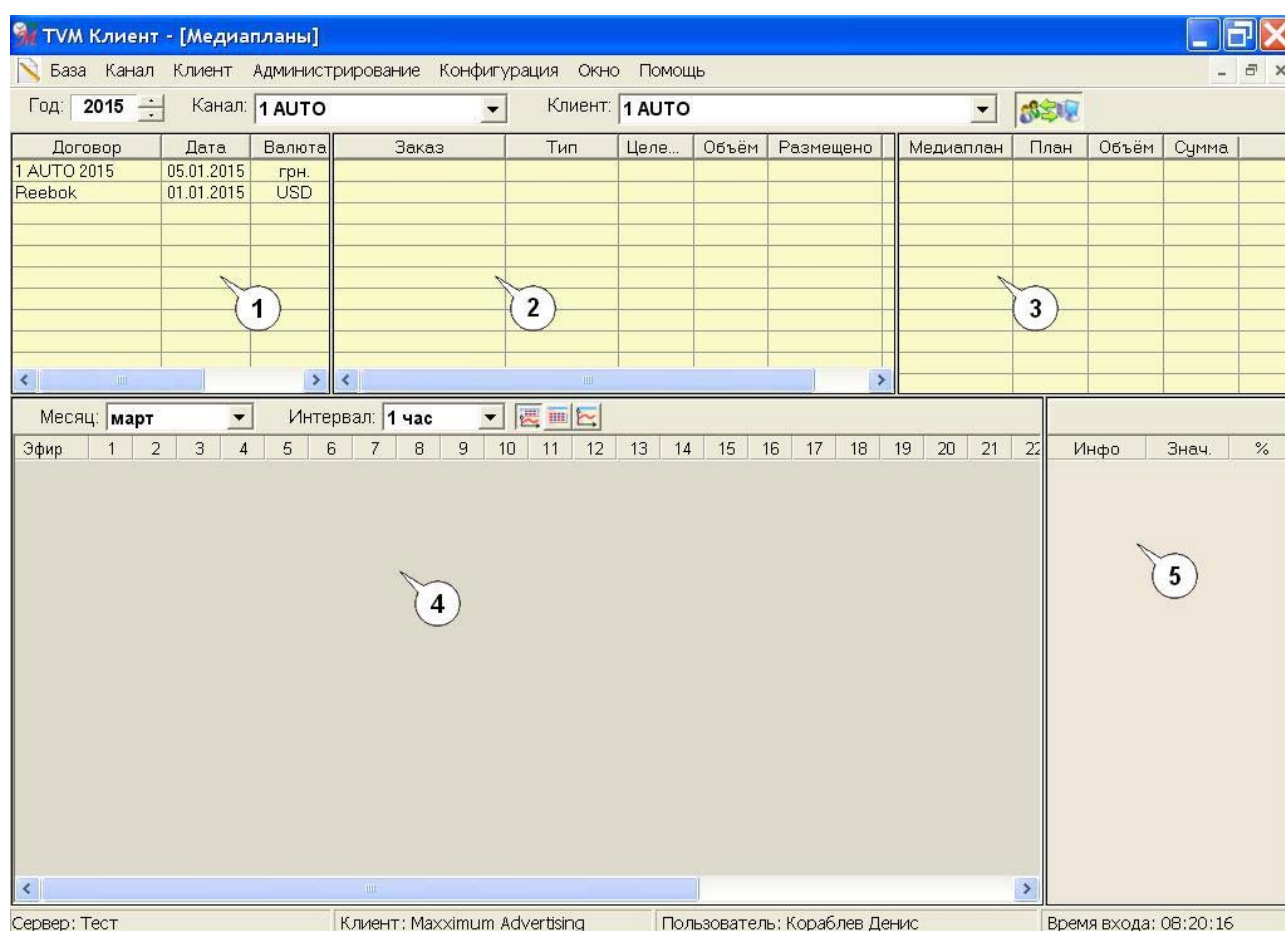


Рисунок 29. Информационное окно

В окне договоров отображаются колонки с названием договора, датой вступления его в силу, валютой, бюджетом и долей.

5.15. Редактирование существующего договора

Выделенный в информационном окне договор при необходимости можно отредактировать. Для этого необходимо в закладке меню «Клиент» выбрать

пункты «Договора» – «Править» либо нажать стандартную комбинацию горячих клавиш «Ctrl+E» при открытом информационном окне, отображающемся поверх остальных окон и при условии, что ни один заказ не выделен. В результате на экране будет отображена соответствующая форма (см. рис. 30).

После внесения всех требуемых изменений в параметры договора необходимо нажать на кнопку «Сохранить». Для отмены редактирования договора необходимо нажать на кнопку «Отмена» или закрыть форму.

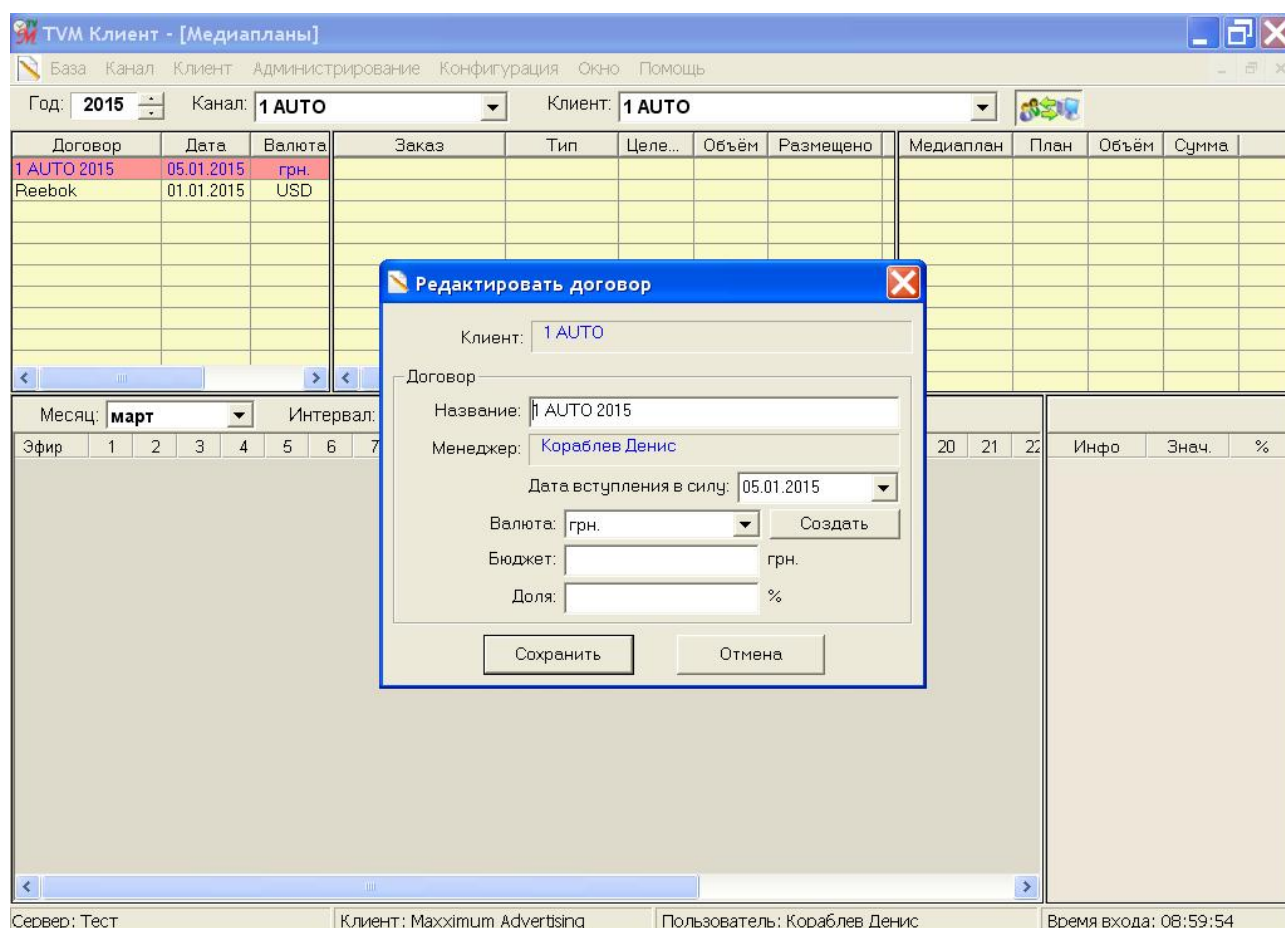


Рисунок 30. Редактирование существующего договора

Следует отметить, что в случаях, когда в рамках редактируемого договора имеются размещённые видеоролики, Программа ограничивает редактирование даты вступления договора в силу. В частности, невозможно увеличить эту дату в случае, если между старой и новой датой в телесетках имеются размещения в рамках этого договора. В остальных случаях дату изменить можно.

Остальные параметры договора можно изменять без ограничений. Следует лишь отметить, что при изменении валюты договора стоимость всех видеороликов, размещённых в рамках этого договора во всех таблицах размещения, будет пересчитана в новую валюту.

5.16. Создание у клиента заказов

В рамках каждого договора в Программе может быть создано несколько различных заказов на размещение рекламы, каждый со своими индивидуальными условиями. Поскольку **заказы в Программе не могут существовать вне какого-либо договора**, работа с ними возможна только в том случае, если в информационном окне имеется выделенный договор.

Особенностью заказов также есть то, что они создаются в обязательной привязке к телеканалу, поэтому для работы с заказами требуется предварительно выбрать требуемый канал на панели фильтров главного окна Программы.

Чтобы создать новый заказ в рамках выделенного договора для текущего активного клиента на текущем активном канале необходимо в закладке меню «Клиент» выбрать пункты «Заказы» – «Создать ...» либо нажать стандартную комбинацию горячих клавиш «Ctrl+N» при открытом информационном окне, отображающемся поверх остальных окон, имеющим выделенный договор и не имеющим выделенного заказа.

В ответ на это действие в рабочей области окна появится соответствующая форма (см. рис. 31).

The screenshot shows the 'TVM Клиент - [Медиапланы]' application window. At the top, there's a menu bar with 'База', 'Канал', 'Клиент', 'Администрирование', 'Конфигурация', 'Окно', and 'Помощь'. Below the menu bar, there are filters for 'Год: 2015', 'Канал: Мегаспорт', and 'Клиент: Media Expert'. The main area displays a table of contracts with columns 'Договор', 'Дата', and 'Валют'. The first row is highlighted in red, showing 'Lipton' for '01.01.2015' in 'USD'. A 'Новый заказ' (New Order) dialog box is open in the center. It contains fields for 'Клиент: Media Expert', 'Договор: Lipton', and 'Канал: Мегаспорт'. There are buttons for 'Сохранить' (Save) and 'Отмена' (Cancel). Below these are fields for 'Заказ' (Order) with 'Имя:' and 'Комментарий:'. There are also dropdowns for 'Размещение:' (Placement), 'Целевая группа:' (Target Group), and 'Рекламный блок:' (Ad Block). At the bottom of the dialog, there are tabs for 'Параметры' (Parameters), 'Объём' (Volume), 'Баз. цена' (Base Price), 'Скидки' (Discounts), 'Цена' (Price), and 'Наценки за фиксацию' (Penalties for Fixation). The 'Параметры' tab is active, showing a date range from '17.03.2015' to '17.03.2015', checkboxes for 'Вытеснение фиксированных позиций' (+1F, +2F, +3F, 3B+, 2B+, 1B+), a dropdown for 'Вытеснение как', a 'Прейс-лист' field, and a 'Метод расчета Wgrp' section with radio buttons for 'Пропорция' and 'Коэффициент'.

Рисунок 31. Создание нового заказа

В ней будут указаны текущий клиент, активный договор, в рамках которого создаётся новый заказ, а также текущий канал, к которому будет

привязан новый заказ. Необходимо ввести условное название нового заказа, при необходимости – комментарий (необязательное поле), далее выбрать тип размещения, целевую группу заказа и тип рекламного блока, для которого предназначен данный заказ.

Текущая версия Программы предоставляет возможность работать с 3 типами размещения заказа: рейтинговым (GRP), спотовым (Spot) и спот-минутным (Spot-minute). В зависимости от выбранного типа размещения в форме создания заказа будут активированы те или иные поля.

Каждый заказ в обязательном порядке привязывается к одному типу рекламных блоков и к одной целевой аудитории.

Условия размещения заказа сосредоточены в нижней части формы на 8 вкладках: «Параметры», «Объём», «Баз. цена», «Скидки», «Цена», «Наценки за фиксацию», «Прогрессия наценок» и «Мин. хронометраж». Прокручивать эти закладки можно при помощи кнопок, находящихся справа от них, с изображением левой и правой стрелок (см. рис. 31).

После выбора типа размещения нового заказа станут активными определённые поля во всех закладках формы (см. рис. 31.1).

ТVM Клиент - [Медиапланы]

База Канал Клиент Администрирование Конфигурация Окно Помощь

Год: 2015 Канал: Мегаспорт Клиент: Media Expert

Договор	Дата	Валют
Чибо	01.01.2015	грн.
Lipton	01.01.2015	USD

Месяц: март Ин

Эфир 1 2 3 4 5

Новый заказ

Клиент: Media Expert

Договор: Lipton

Канал: Мегаспорт

Заказ

Имя: Март 2015

Комментарий:

Размещение: GRP

Целевая группа: Все 18+

Рекламный блок: Коммерческая реклама (КР)

Параметры | Объём | Баз. цена | Скидки | Цена | Наценки за фиксацию

Действие

С 01.03.2015 по 31.03.2015

Вытеснение фиксированных позиций

☐ +1F ☐ +2F ☒ +3F ☒ 3B+ ☐ 2B+ ☐ 1B+

Вытеснение как:

☐ Прайс-лист: 17.03.2015

Метод расчета Wgrp

☒ Пропорция ☐ Коэффициент

Сохранить

Отмена

Сервер: Тест Клиент: Maximum Advertising Пользователь: Кораблев Денис Время входа: 06:09:31

Рисунок 31.1. Создание заказа GRP

Поле «Действие» закладки «Параметры» относится ко всем типам заказов и определяет период (первый и последний день телесетки), в течение которого можно будет размещаться по данному заказу. **Период действия заказа не**

может выходить за период действия договора, к которому принадлежит данный заказ!

Поле «Вытеснение фиксированных позиций» закладки «Параметры» относится ко всем типам заказа и определяет, какие из фиксированных позиций являются вытесняемыми для данного заказа (по умолчанию ни одна из фиксированных позиций не является вытесняемой). Если фиксированная позиция отмечена вытесняемой, то это означает, что каждый видеоролик, размещённый с фиксацией по такой позиции, может быть вытеснен из рекламного блока более приоритетными видеороликами в случае, если окажется в соответствии с установленными на сервере параметрами вытеснения наименее приоритетным видеороликом в рекламном блоке. Если фиксированная позиция не отмечена вытесняемой, то зафиксированный по такой позиции видеоролик не может быть вытеснен из рекламного блока ни при каких условиях. В примере на рис. 31.1 фиксированные позиции +3F (третий с начала) и 3B+ (третий с конца) указаны вытесняемыми.

Поле «Вытеснение как» закладки «Параметры» относится только к заказам типа Spot и Spot-minute и определяет, к какому классу вытеснения приравнивается данный заказ. Существует 4 класса вытеснения: Spot, Fix, Float и Npr (Spot – самый высокий, Npr – самый низкий). Программа позволяет условно приравнять заказы типа Spot и Spot-minute к любому из этих 4 классов вытеснения и, таким образом, управлять приоритетами таких заказов в условиях конкурентного размещения.

Поле «Прайс-лист» закладки «Параметры» относится только к заказу типа Spot-minute и определяет дату прайс-листа, цены по состоянию на которую необходимо использовать при размещении видеороликов в рамках данного заказа.

Поле «Метод расчета Wgrp» закладки «Параметры» относится только к заказу типа GRP и определяет, по какому методу должен рассчитываться взвешенный рейтинг при размещении в рамках данного заказа.

Метод «Пропорция» означает, что взвешенный рейтинг рассчитывается по формуле:

$$W_{grp} = grp\% \times \frac{L}{30} \quad (1.1)$$

, где:

W_{grp} – взвешенный рейтинг; $grp\%$ – исходный (не взвешенный) рейтинг;
 L – хронометраж видеоролика.

Метод «Коэффициент» означает, что для видеороликов с хронометражем до 60 сек. включительно взвешенный рейтинг рассчитывается по формуле:

$$W_{grp} = grp\% \times K \quad (1.2)$$

, где:

W_{grp} – взвешенный рейтинг; $grp\%$ – исходный (не взвешенный) рейтинг;
 K – условный коэффициент, который определяется, исходя из хронометража видеоролика L , по следующей таблице:

L	1-5	6-10	11-15	16-20	21-25	26-30	31-35	36-40	41-45	46-50	51-55	56-60
K	0,3	0,5	0,7	0,9	0,95	1	1,25	1,4	1,6	1,8	1,9	2

Если хронометраж видеоролика больше 60 сек., то его взвешенный рейтинг всегда определяется по формуле 1.1.

Поля «Объём» закладки «Объём» (см. рис. 31.2) относятся ко всем типам заказов и определяют максимальный граничный объём размещений для данного заказа. Для заказов типа Spot и Spot-minute в этих полях указывается только общий валовый объём (в секундах или символах). Для заказов типа GRP указывается как общий валовый объём (в рейтингах), так и валовые объёмы по отдельным классам размещения: Fix (высокоприоритетные размещения), Float (плавающие размещения) и Npr (низкоприоритетные размещения). При этом, сумма валовых объёмов по отдельным классам размещения для заказов GRP должна всегда равняться общему валовому объёму. Если введены любые три из четырёх этих параметров, Программа автоматически рассчитает и введёт недостающий четвёртый параметр.

The screenshot shows the 'Новый заказ' (New Order) window in the TVM Client application. The window has a title bar 'TVM Клиент - [Медиапланы]' and a menu bar with 'База', 'Канал', 'Клиент', 'Администрирование', 'Конфигурация', 'Окно', and 'Помощь'. Below the menu bar, there are fields for 'Год: 2015', 'Канал: Мегаспорт', and 'Клиент: Media Expert'. The main form area is divided into several sections. The top section contains 'Клиент: Media Expert', 'Договор: Lipton', and 'Канал: Мегаспорт'. Below this is the 'Заказ' (Order) section with 'Имя: Март 2015' and a 'Комментарий' field. The 'Размещение' (Placement) section includes 'GRP', 'Целевая группа: Все 18+', and 'Рекламный блок: Коммерческая реклама (КР)'. The 'Параметры' (Parameters) section has tabs for 'Объём', 'Баз. цена', 'Скидки', 'Цена', and 'Наценки за фиксацию'. The 'Объём' tab is active, showing a table with columns 'Всего', 'Fix', 'Float', and 'Npr'. The values are: 'Всего: 30 grp%', 'Fix: 15 grp%', 'Float: 10 grp%', and 'Npr: 5 grp%'. There is also a 'Минимальный объём заказа' (Minimum order volume) field set to '0,01 grp%' and a 'Мин. рейтинг' (Minimum rating) field set to '0,01 grp%'. The bottom status bar shows 'Сервер: Тест', 'Клиент: Maximum Advertising', 'Пользователь: Кораблев Денис', and 'Время входа: 06:09:31'.

Рисунок 31.2. Закладка «Объём» формы создания заказа

При создании заказа поля «Объём» являются обязательными для заполнения. Если общий объём заказа установить в ноль, размещаться по такому заказу будет невозможно!

Поле «Минимальный объём заказа» закладки «Объём» является факультативным и относится ко всем типам заказов. Оно определяет

минимальный валовый объём, который должен быть размещён по данному заказу, и служит для вспомогательного информирования пользователей о взятых договорных обязательствах.

Поле «Минимальный рейтинг grp%» закладки «Объём» относится только к заказу типа GRP и определяет минимальный рейтинг, исходя из которого рассчитывается стоимость размещения в случае, если прогнозный рейтинг рекламного блока или фактический рейтинг размещённого видеоролика меньше этого минимального значения.

Поля закладки «Баз. цена» определяют базовую цену заказа (см. рис. 31.3). Программа поддерживает 2 варианта задания базовой цены заказа:

- либо через указание единой базовой цены и в дополнение к ней серии наценок / скидок (в т.ч. наценок за PRIMETIME, за Fix, скидки за Npr и т.п.);
- либо через указание отдельных базовых цен заказа для промежутков времени OFFPRIMETIME и PRIMETIME, в каждом из которых для заказов типа GRP дополнительно указываются цены по разным классам размещения: Fix, Float и Npr.

Рисунок 31.3. Закладка «Баз. цена» формы создания заказа

Таким образом, для заказов GRP может быть задана одна единая базовая цена или 6 различных базовых цен (отдельно для размещений Fix, Float и Npr в OFFPRIMETIME, Fix, Float и Npr в PRIMETIME), а для заказов Spot и Spot-

minute – одна единая базовая цена или 2 различные базовые цены (отдельно для OFFPRIMETIME и PRIMETIME).

Для того, чтобы вместо нескольких базовых цен задать для заказа единую базовую цену, необходимо выбрать кнопку-переключатель «Единая базовая цена». После такого выбора поле для ввода единой базовой цены станет активным, а все поля для ввода нескольких базовых цен отключатся.

Для заказов типа GRP базовые цены устанавливают цену 1 взвешенного рейтинга для каждого из поддерживаемых классов размещения (Fix, Float и Npr), указанную в валюте договора, к которому относится заказ. Для заказов типа Spot базовые цены указывают стоимость размещения 30-секундного видеоролика, в валюте договора, к которому относится заказ. Для заказов типа Spot-minute базовые цены указывают скидку, в процентах, от цены по прайс-листу за размещение 30-секундного (или 60-секундного) видеоролика.

Поля закладки «Скидки» позволяют применить к заказу серию скидок / наценок (см. рис. 31.4).

Рисунок 31.4. Закладка «Скидки» формы создания заказа

Основное пространство этой закладки занимает таблица, в которой перечислены все применённые к заказу скидки и наценки. По умолчанию эта таблица пустая, т.е. к заказу не применено ни одной скидки / наценка.

В нижней части закладки имеется список со всеми доступными наценками / скидками (см. рис. 31.4). Содержимое этого списка загружается из таблицы скидок базы данных и зависит от содержимого конкретного

экземпляра базы данных. Как видно из рис. 31.4, в текущей базе данных доступно 4 вида скидок / наценок: «Наценка за Fix», «Наценка за PRIMETIME», «Скидка за Npr» и «Сезонный коэффициент». Каждая скидка / наценка в базе данных имеет условное название, очередность применения (целое число от 0 и больше) и набор флагов, управляющих особенностями её применения. Среди флагов используется любая комбинация из 3 флагов, указывающих, в каких классах размещения действует скидка / наценка (Fix, Float, Npr), и 2 флагов, указывающих, в каких промежутках времени действует скидка / наценка (OFFPRIMETIME, PRIMETIME).

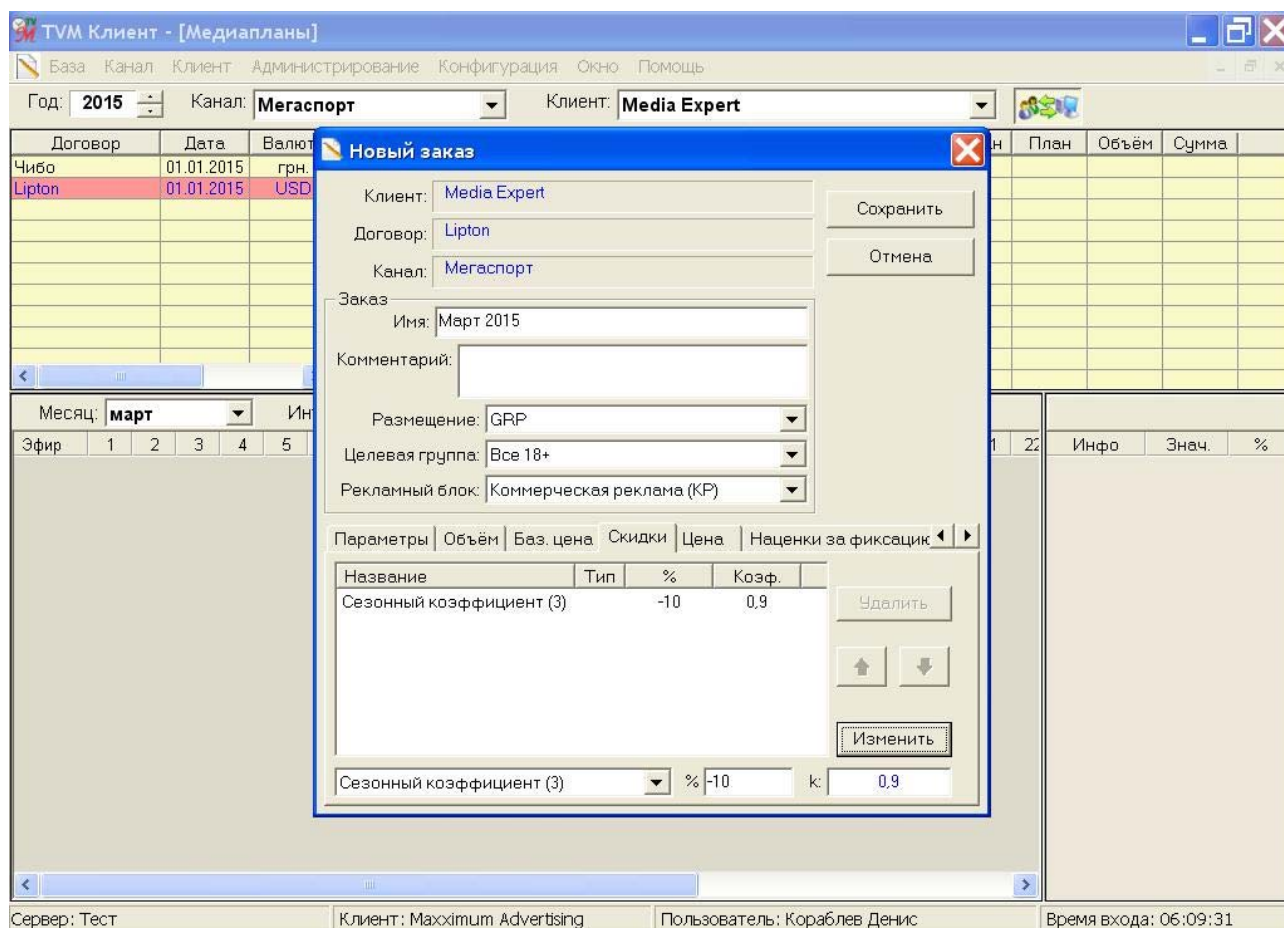


Рисунок 31.5. Добавление скидки к заказу

Каждой скидке / наценке при применении к заказу дополнительно устанавливается её количественное значение в виде процентов (отрицательное или положительное число) или коэффициента (всегда положительное число). Отрицательные значения процентов или коэффициенты меньше 1 приводят к уменьшению базовой цены заказа (т.е. действуют как скидка). Положительные значения процентов или коэффициенты больше 1 приводят к увеличению базовой цены заказа (т.е. действуют как наценка). Поэтому слова «наценка» и «скидка» в названиях скидок / наценок достаточно условны, поскольку каждая скидка / наценка в зависимости от своих количественных значений может применяться и для увеличения, и для уменьшения цены заказа.

Для ввода количественных значений выбранной скидки / наценки на закладке «Скидки» предусмотрены поля «%» (ввод процентов) и «k» (ввод

коэффициента). Причём, эти поля связаны между собой: при вводе процента автоматически корректируется коэффициент, а при вводе коэффициента автоматически корректируется процент. Как видно из рис. 31.4, скидка «-10%» соответствует коэффициенту «0.9».

После ввода количественных значений для того, чтобы применить выбранную скидку / наценку к заказу, необходимо нажать на кнопку «Добавить». В результате скидка будет перенесена в таблицу (см. рис. 31.5).

Аналогичным образом к заказу можно применить несколько скидок / наценок.

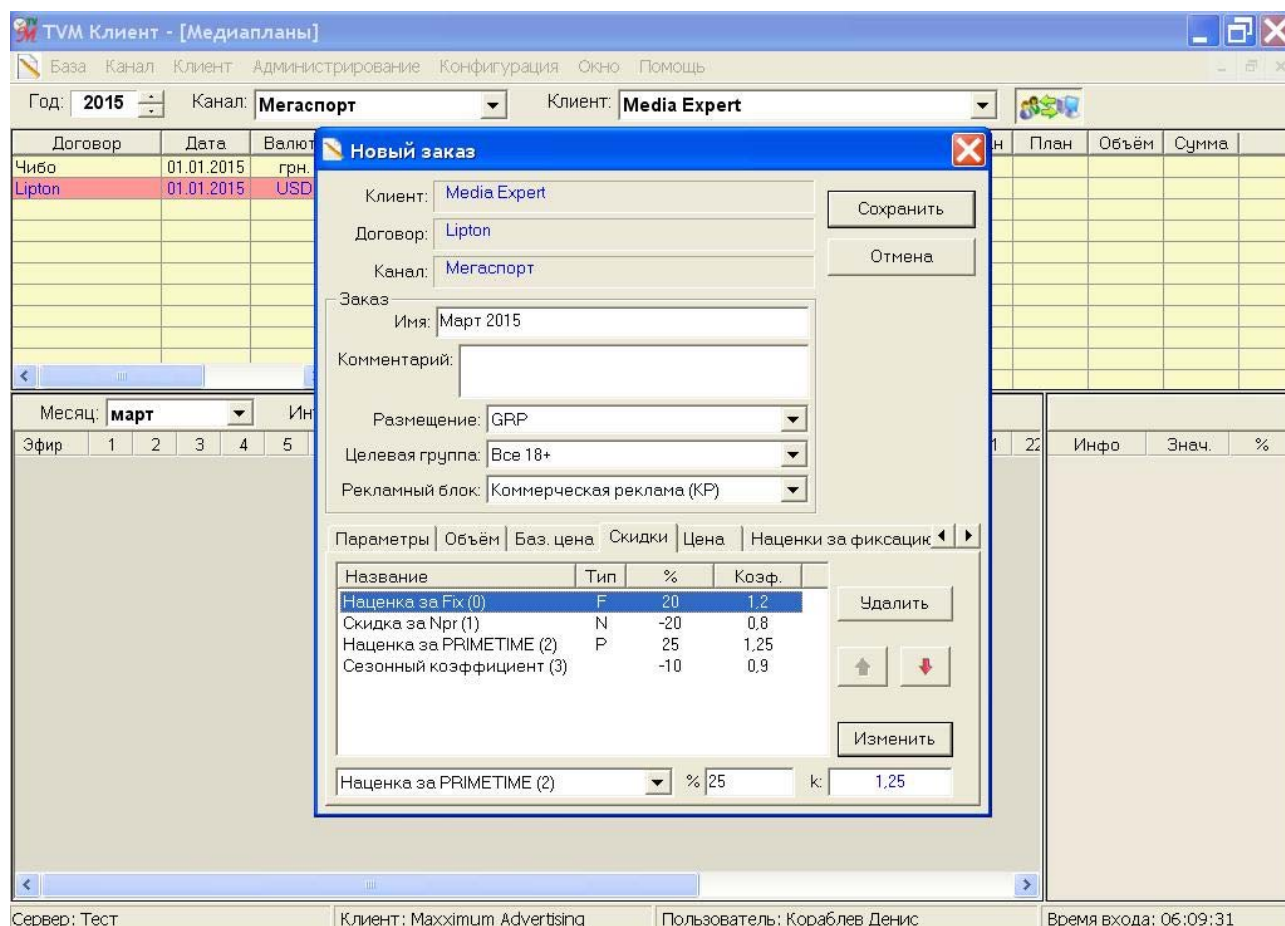


Рисунок 31.6. Удаление скидки в заказе

Если колонка «Тип» в таблице применённых скидок закладки «Скидки» пуста, это означает, что данная скидка / наценка действует без ограничений. В противном случае это поле содержит, в виде строки символов, флаги, ограничивающие действие этой скидки. При наличии флагов символы в строке имеют следующую интерпретацию: F – скидка действует для класса размещения Fix; Ft – скидка действует для класса размещения Float; N – скидка действует для класса размещения Npr; P – скидка действует для времени размещения PRIMETIME; O – скидка действует для времени размещения OFFPRIMETIME. Если не указан ни один из флагов F, Ft или N, то скидка действует для всех классов размещения. Если не указан ни один из флагов P или O, то скидка действует для обоих диапазонов времени (см. рис. 31.6).

Все поля закладки «Цена» формы создания заказа не являются редактируемыми, носят вспомогательный информативный характер и изменяют свои значения автоматически после изменений значений в закладках «Объём», «Баз. цена» и «Скидки» этой формы.

Поля закладки «Наценки за фиксацию» (см. рис. 31.8) являются обязательными для заполнения, относятся ко всем типам заказов и устанавливают наценки для размещённых в рамках заказа видеороликов, которые зафиксированы в рекламных блоках по позициям +1F (первый с начала), +2F (второй с начала), +3F (третий с начала), 3B+ (третий с конца), 2B+ (второй с конца) или 1B+ (первый с конца).

Позиция	Наценка, в процентах	Коэффициент
+1F	☐ Скидка + 15 %	1,15
+2F	☐ Скидка + 10 %	1,1
+3F	☐ Скидка + 5 %	1,05
3B+	☐ Скидка + 5 %	1,05
2B+	☐ Скидка + 10 %	1,1
1B+	☐ Скидка + 15 %	1,15

Рисунок 31.8. Закладка «Наценки за фиксацию» формы создания заказа

Эти наценки могут быть указаны в процентах (поле «Наценка») или в виде коэффициента (поле «Коэффициент»). Причём, поля «Наценка» и «Коэффициент» являются связанными: при изменении одного из полей Программа автоматически рассчитывает и отображает соответствующее ему значение во втором поле.

Для ввода скидок (отрицательных наценок) необходимо выбрать соответствующую кнопку-переключатель «Скидка». Если ввести в поле «Коэффициент» значение меньше 1, то кнопка-переключатель «Скидка» будет выбрана автоматически.

Поля закладки «Прогрессия наценок» формы создания заказа не доступны для изменения и носят только информативный характер. Они

показывают пользователю, какие формулы в данный момент используются в Программе для расчёта наценок за фиксацию коротких видеороликов (см. рис. 31.9). Эти формулы задаются на сервере в его опциях конфигурации и распространяют своё действие на все заказы в системе. Если для какой-либо фиксированной позиции формула не указана, это означает, что для такой позиции прогрессия наценок не установлена.

The screenshot shows the 'TVM Клиент - [Медиапланы]' application window. The 'Новый заказ' (New Order) dialog is open, displaying the following information:

- Клиент: Media Expert
- Договор: Lipton
- Канал: Megaspport
- Заказ: Имя: Март 2015
- Комментарий: (empty)
- Размещение: GRP
- Целевая группа: Все 18+
- Рекламный блок: Коммерческая реклама (КР)

At the bottom of the dialog, the 'Наценки за фиксацию' (Surcharges for fixation) tab is selected, showing the 'Формулы наценок за фиксацию коротких видеороликов' (Formulas for surcharges for short video ads):

Позиция	Формула	Для	Единица
+1F	$k=1+9/x$	0-29	сек.
+2F			сек.
+3F			сек.
3B+			сек.
2B+			сек.
1B+	$k=1+9/x$	0-29	сек.

The background window shows a table of contracts with columns: Договор, Дата, Валют, and a calendar for March 2015.

Рисунок 31.9. Закладка «Прогрессия наценок» формы создания заказа

Как видно из примера на рис. 31.9, в текущей базе данных установлены формулы прогрессивных наценок для видеороликов с хронометражами менее 30 секунд, которые фиксируются в рекламных блоках на позициях +1F (первый с начала) и 1B+ (первый с конца). В соответствии с этими формулами наценка за фиксацию, например, 18-секундного видеоролика на первой позиции в блоке составит 50% ($1+9/18=1,5$), а 5-секундного видеоролика на этой же позиции – 180% ($1+9/5=2,8$). Возможности текущей версии сервера позволяют установить индивидуальную формулу и индивидуальный диапазон хронометражей для каждой фиксированной позиции в рекламном блоке.

Поля закладки «Мин. хронометраж» формы создания заказа также носят только информативный характер и не доступны для изменения. Они показывают пользователю, какой минимальный оплачиваемый хронометраж установлен в Программе для различных типов видеороликов (см. рис. 31.10).

Договор	Дата	Валют
Чибо	01.01.2015	грн.
Lipton	01.01.2015	USD

Год:	2015	Канал:	Медаспорт	Клиент:	Media Expert
------	------	--------	-----------	---------	--------------

Месяц:	март	Ин
Эфир	1	2
	3	4
	5	

КР:	0	сек.	БН:	0	сек.
ПР:	0	сек.	БС:	0	симв.
СР:	0	сек.	УО:	0	сек.
СЗ:	0	сек.	ПП:	10	сек.
АН:	0	сек.	РР:	0	сек.
ЛГ:	0	сек.			

Рисунок 31.10. Закладка «Мин. хронометраж» формы создания заказа

Эти минимальные хронометражи задаются на сервере в его опциях конфигурации и распространяют своё действие на все заказы в системе. Если для каких-либо типов рекламных блоков минимальные оплачиваемые хронометражи видеороликов установлены в нулевое значение, это означает, что все видеоролики в таких рекламных блоках продаются по своему фактическому хронометражу. В противном случае, если минимальный оплачиваемый хронометраж установлен отличным от нуля, то все видеоролики, короче этого хронометража, будут продаваться по минимальному оплачиваемому хронометражу.

Как видно из примера на рис. 31.10, в текущей базе данных установлено, что в рекламных блоках «Партнёр показа» видеоролики, короче 10 секунд, продаются как видеоролики, имеющие 10-секундный хронометраж.

После ввода всех параметров заказа необходимо нажать кнопку «Сохранить», чтобы занести данный заказ в базу данных. Для отмены создания заказа необходимо нажать на кнопку «Отмена» или закрыть форму.

5.17. Просмотр заказов клиента в информационном окне

Если в информационном окне дважды щёлкнуть левой кнопкой мыши по одному из договоров, то в окне заказов появятся все доступные в рамках этого договора заказы на текущий активный канал (см. рис. 32).

Вторым вариантом отображения заказов есть выбор в закладке меню «Клиент» пунктов «Заказы» – «Смотреть», которые становятся активными после выделения одного из договоров в информационном окне.

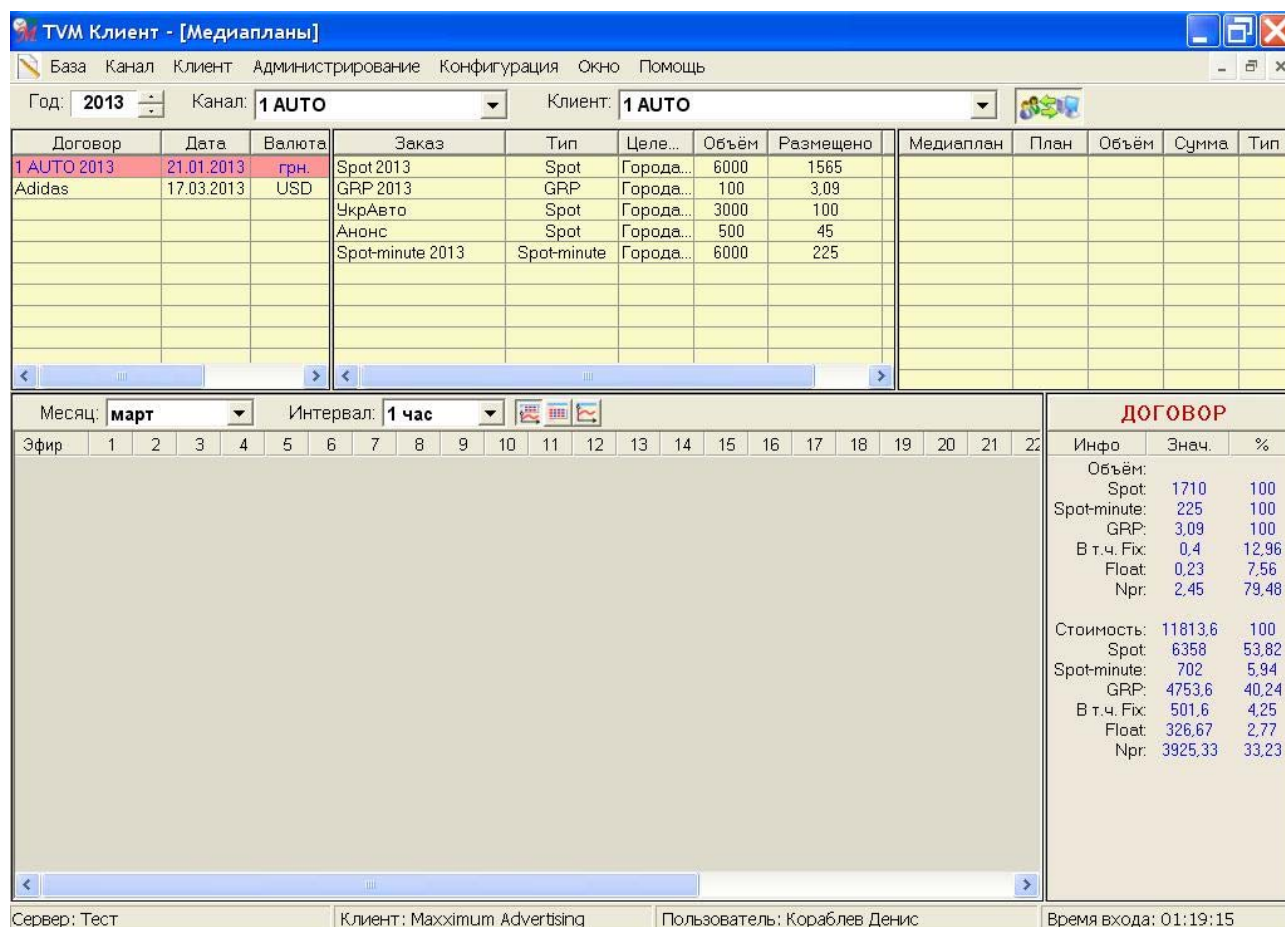


Рисунок 32. Просмотр заказов для выделенного договора

Одновременно с отображением списка доступных заказов на информационной панели в правом нижнем углу информационного окна появляется детальная информация о размещённых объёмах и стоимостях текущего выделенного договора (см. рис. 32). В дальнейшем (после первой загрузки) такая информация будет отображаться при каждом выделении данного договора (даже без отображения списка заказов).

По аналогии с другими таблицами, можно выделить любой рядок таблицы заказов, щёлкнув по нему левой кнопкой мыши. Если щёлкнуть левой кнопкой мыши по пустому рядку таблицы или щёлкнуть правой кнопкой мыши по любому другому рядку, кроме выделенного, можно отменить текущее выделение.

После выделения любого заказа детальная информация о его размещённых объёмах и стоимостях, а также максимальных и минимальных объёмах появится на информационной панели вместо детальной информации о договоре (см. рис. 32.1).

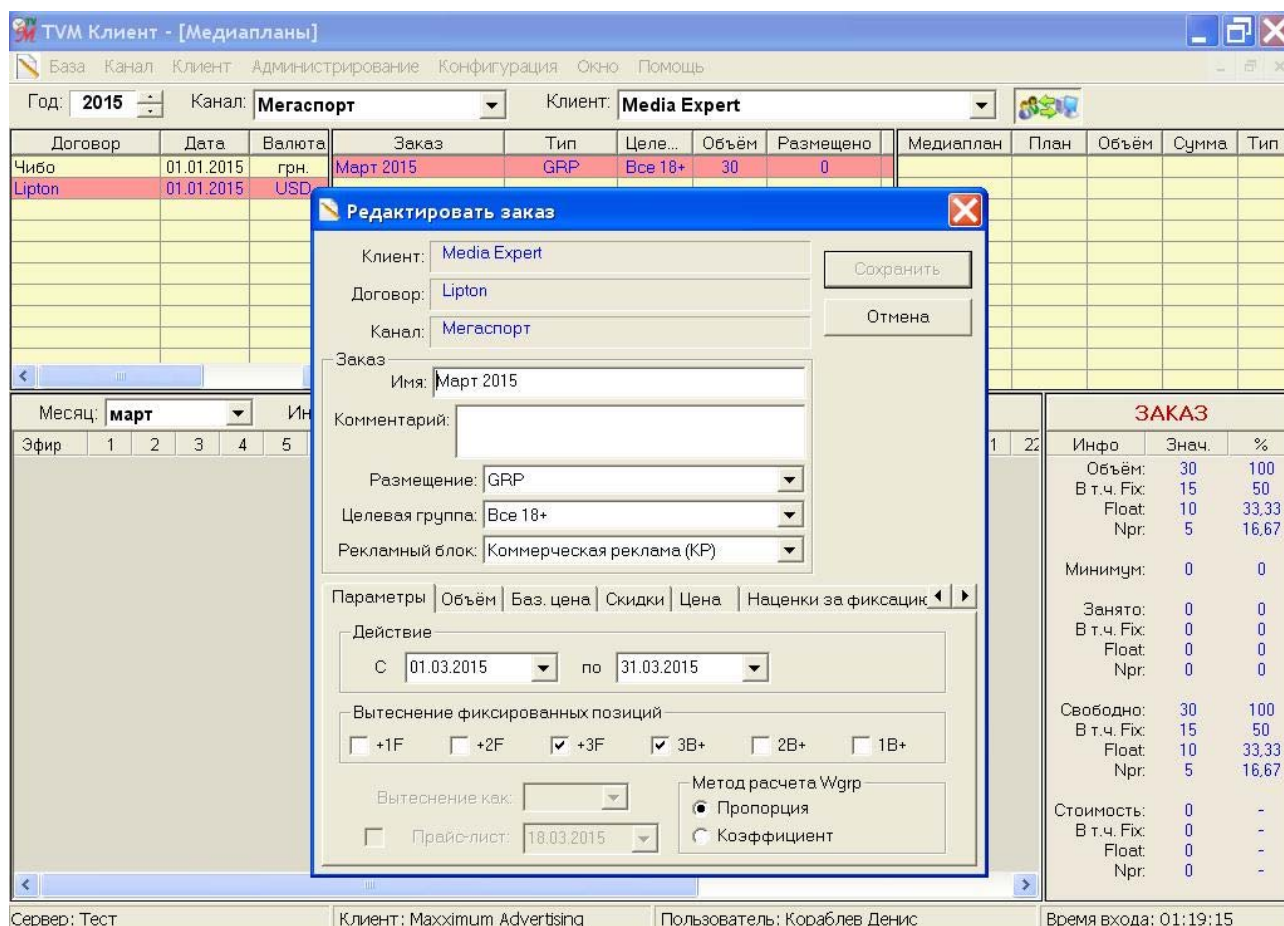


Рисунок 33. Редактирование информации о заказе

Следует отметить, что случаях, когда в рамках редактируемого заказа имеются размещённые видеоролики, Программа ограничивает изменение ряда его параметров. В частности, невозможно сменить целевую группу заказа, тип его рекламного блока или метод расчёта взвешенного рейтинга.

Также невозможно сократить диапазон действия заказа, если в результате некоторые из размещённых его видеороликов окажутся вне этого диапазона, или сократить максимальные объёмы размещения заказа так, что они станут меньше фактических размещённых объёмов.

5.19. Создание у клиента медиапланов

В рамках каждого заказа в Программе может быть создано несколько различных медиапланов на размещение рекламы, каждый со своими индивидуальными условиями. Поскольку **медиапланы в Программе не могут существовать вне какого-либо заказа**, работа с ними возможна только в том случае, если в информационном окне имеется выделенный заказ.

Чтобы создать новый медиаплан в рамках выделенного в информационном окне заказа необходимо в закладке меню «Клиент» выбрать пункты «Медиапланы» – «Создать ...» либо нажать стандартную комбинацию горячих клавиш «Ctrl+N» при открытом информационном окне,

отображающемся поверх остальных окон и имеющим выделенный договор и заказ, но не имеющим выделенного медиаплана.

В ответ на это действие в рабочей области окна появится соответствующая форма (см. рис. 34).

ТVM Клиент - [Медиапланы]

База Канал Клиент Администрирование Конфигурация Окно Помощь

Год: 2015 Канал: Мегаспорт Клиент: Media Expert

Договор	Дата	Валюта	Заказ	Тип	Целе...	Объём	Размещено	Медиаплан	План	Объём	Сумма	Тип
Чибо	01.01.2015											
Lipton	01.01.2015											

Новый медиаплан

Клиент: Media Expert
Канал: Мегаспорт
Договор: Lipton
Заказ: Март 2015
Тип: GRP Тип рекламного блока: KP

Сохранить
Отмена

Объём заказа
ВСЕГО: 30 grp%
Fix: 15 grp%
Float: 10 grp%
Npr: 5 grp%

Доступный объём
ВСЕГО: 30 grp%
Fix: 15 grp%
Float: 10 grp%
Npr: 5 grp%

Планируемый объём
ВСЕГО: grp%
Fix: grp%
Float: grp%
Npr: grp%

Медиаплан
Имя:

Видеоролики:	Название	Версия	Длина	Вес	Ограничения

Удалить

Всего ролика: grp% Добавить

ЗАКАЗ

Инфо	Знач.	%
Объём:	30	100
В т.ч. Fix:	15	50
Float:	10	33.33
Npr:	5	16.67
Минимум:	0	0
Занято:	0	0
В т.ч. Fix:	0	0
Float:	0	0
Npr:	0	0
Свободно:	30	100
В т.ч. Fix:	15	50
Float:	10	33.33
Npr:	5	16.67
Стоимость:	0	-
В т.ч. Fix:	0	-
Float:	0	-
Npr:	0	-

Сервер: Тест Клиент: Maximum Advertising Пользователь: Кораблев Денис Время входа: 01:19:15

Рисунок 34. Создание нового медиаплана

В ней будут указаны текущие активные клиент, канал, договор и заказ, в рамках которых создаётся новый медиаплан, тип размещения текущего активного заказа и тип рекламного блока, к которому привязан этот заказ. Поскольку медиаплан создаётся обязательно в рамках какого-то заказа, то он наследует все эти параметры.

В поле «Объём заказа» будут показаны максимальные объёмы текущего активного заказа, а в поле «Доступный объём» – объёмы, доступные для планирования (разница между максимальными объёмами заказа и суммой планируемых объёмов по всем медиапланам в рамках текущего активного заказа).

Необходимо ввести условное название нового медиаплана (должно быть уникальным среди всех медиапланов заказа), сформировать в таблице «Видеоролик» список доступных видеороликов, которые можно будет размещать в рамках этого медиаплана, а также при необходимости ввести планируемые объёмы медиаплана и привязать медиаплан к одному из имеющихся ограничений.

Поле «Видеоролики» показывает список видеороликов, которые прикреплены к создаваемому медиаплану. Для того, чтобы удалить ролик из списка, необходимо выделить его в таблице, после чего нажать на кнопку «Удалить» (см. рис. 34.1). Для того, чтобы добавить в список новый видеоролик, следует выбрать его в нижнем выпадающем списке, расположенном под таблицей, указать при необходимости вес видеоролика, после чего нажать кнопку «Добавить».

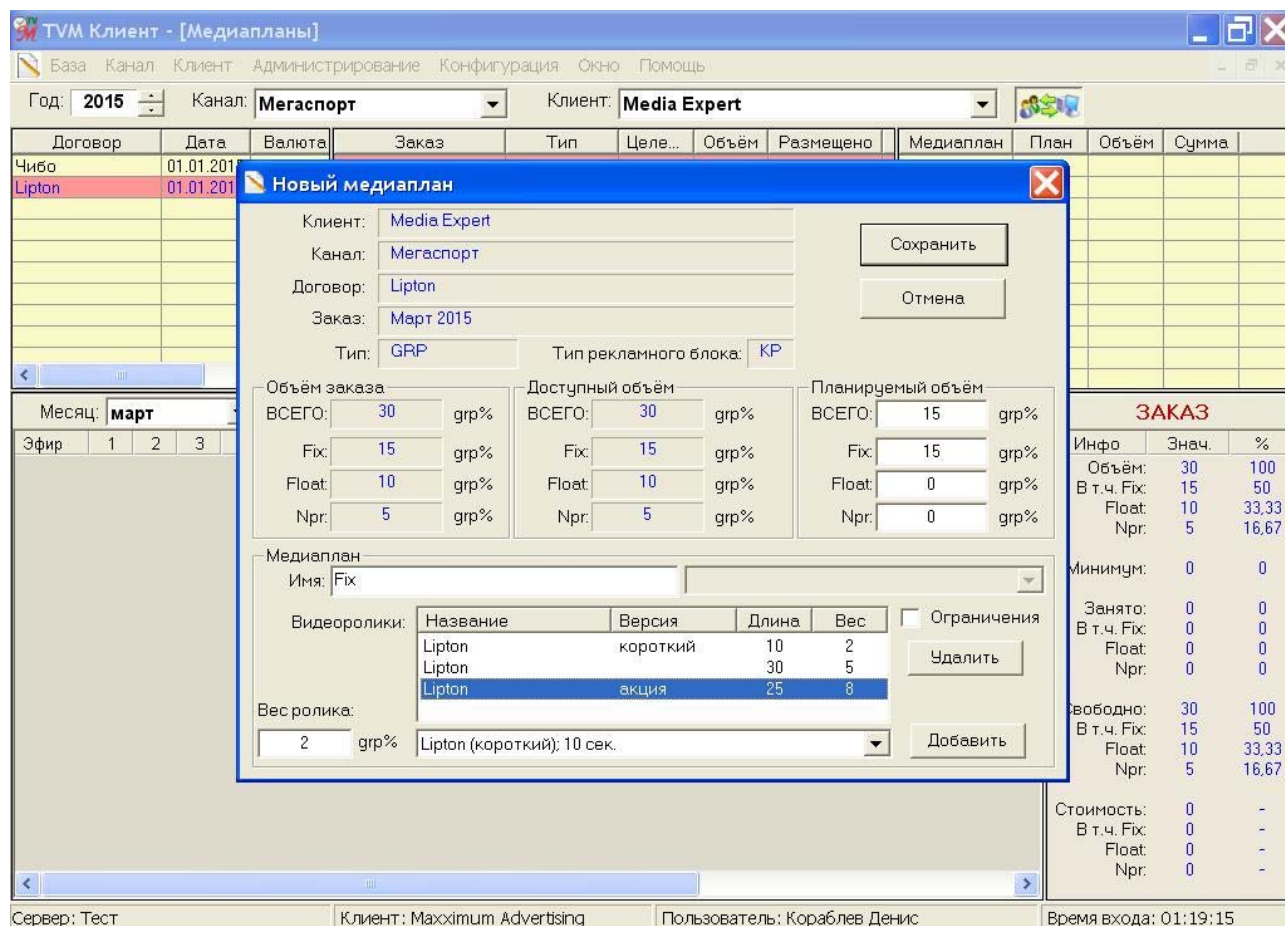


Рисунок 34.1. Редактирование списка видеороликов в медиаплане

Вес видеоролика – это планируемый объем этого видеоролика (в рейтингах – для медиапланов типа GRP или в секундах / символах – для медиапланов типа Spot и Spot-minute), который он должен набрать в рамках данного медиаплана. В текущей версии Программы веса видеороликов носят информативный характер и предназначены для облегчения работы пользователей по распределению объемов медиаплана между его видеороликами на этапе планирования.

Ввод планируемых объемов размещения медиаплана в поле «Планируемый объем» является факультативным: если такие объемы не введены, они автоматически станут нулевыми. Планируемые объемы медиапланов в текущей версии Программы также носят информативный характер. Они предназначены для облегчения работы пользователей по распределению объемов заказа между его медиапланами на этапе планирования.

Кнопка-переключатель «Ограничения» предназначена для присоединения к медиаплану одного из существующих в базе данных правил ограничения медиапланов, управляющих особенностями размещения медиапланов в телевизионных сетях. Если выбрать эту кнопку, то станет активным список со всеми глобальными и локальными фильтрами ограничения медиапланов, доступными для текущего активного канала, в котором можно выбрать то правило, которое будет применяться к создаваемому медиаплану.

Следует отметить, что доступность в форме создания медиаплана кнопки-переключателя «Ограничения» для редактирования зависит от наличия у пользователя права ограничивать действие медиапланов, а начальное состояние этой кнопки и фильтр ограничения медиаплана по умолчанию зависят от действующих в системе настроек ограничений медиапланов (см. раздел 5.22. Управление ограничениями медиапланов).

После ввода всех параметров медиаплана необходимо нажать на кнопку «Сохранить», чтобы добавить данный медиаплан в базу данных. Для отмены создания медиаплана необходимо нажать на кнопку «Отмена» или закрыть форму.

5.20. Просмотр медиапланов клиента в информационном окне

Если в информационном окне дважды щёлкнуть левой кнопкой мыши по одному из заказов, то в окне медиапланов появятся все доступные в рамках этого заказа медиапланы (см. рис. 35).

Вторым вариантом отображения медиапланов есть выбор в закладке меню «Клиент» пунктов «Медиапланы» – «Смотреть», которые становятся активными после выделения одного из заказов в информационном окне.

Содержимое окна медиапланов, как и других окон в Программе, организовано в виде таблицы. Таблица медиапланов имеет колонки «Медиаплан», в которой отображаются условные названия медиапланов, «План», в которой отображаются планируемые объёмы медиапланов, «Объём», в которой отображаются фактически размещённые объёмы медиапланов, «Сумма», в которой отображаются текущие стоимости размещённых медиапланов (в валютах их договоров), и «Тип», в которой указывается, используется ли в медиапланах расчётная или фиксированная стоимость размещения видеороликов.

По аналогии с другими таблицами можно выделить любой рядок таблицы медиапланов, щёлкнув по нему левой кнопкой мыши. Если щёлкнуть левой кнопкой мыши по пустому рядку таблицы или щёлкнуть правой кнопкой мыши по любому другому рядку, кроме выделенного, можно отменить текущее выделение.

После выделения любого медиаплана детальная информация о его размещённых объёмах и стоимостях, а также планируемых объёмах появится на информационной панели вместо детальной информации о заказе (см. рис. 35.1).

Щелчок левой кнопкой мыши по заголовку одной из колонок таблицы медиапланов сортирует содержимое таблицы по данной колонке, последовательно переключая направление сортировки при каждом очередном щелчке.

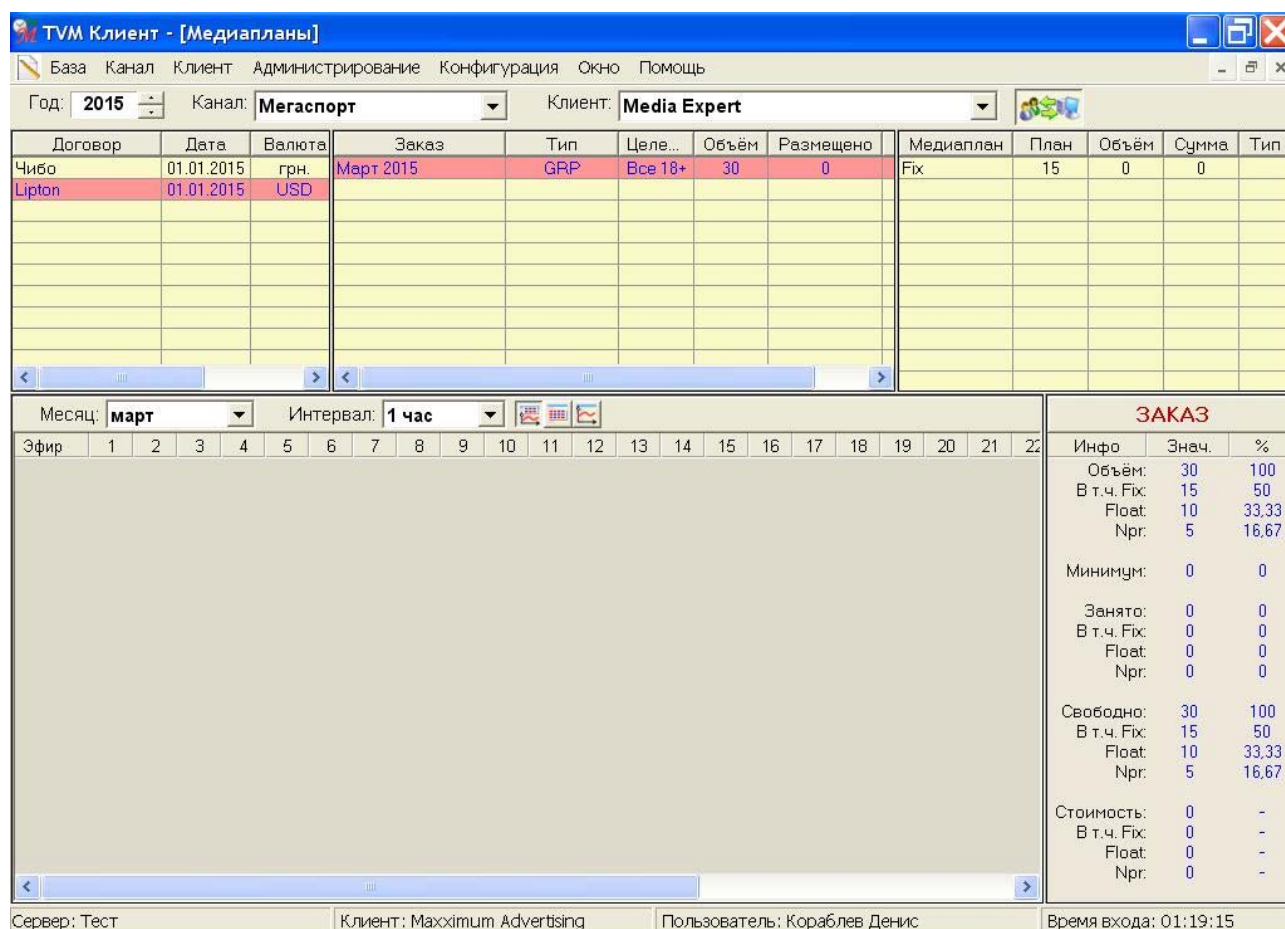


Рисунок 35. Просмотр медиапланов для выделенного заказа

Следует отметить, что по умолчанию стоимость каждого размещённого видеоролика в рамках какого-либо медиаплана рассчитывается, исходя из цены его заказа, хронометража видеоролика и фактических условий его размещения. Таким образом, стоимость каждого размещённого видеоролика по умолчанию является расчётной, поскольку однозначно выводится из набора исходных параметров. Расчётная стоимость медиаплана представляет собой сумму расчётных стоимостей всех размещённых в его рамках видеороликов.

В то же время Программа позволяет привести любой медиаплан к определённой фиксированной стоимости, отличной от расчётной. В этом случае указанная фактическая стоимость будет равномерно разложена между всеми видеороликами медиаплана и записана в каждый видеоролик как его фиксированная стоимость.

Если в медиаплане используются фиксированные стоимости видеороликов, то в колонке «Тип» таблицы медиапланов информационного окна будет указан специальный флаг «F». Если в медиаплане используются только расчётные стоимости видеороликов, то колонка «Тип» будет пустой.

Как видно из примера на рис. 35.1, выделенный медиаплан является медиапланом с расчётной стоимостью видеороликов и планируемым объёмом по классу размещения Fix в 15 рейтингов, но по нему пока не размещено ни одного видеоролика.

The screenshot shows the 'TVM Клиент - [Медиапланы]' window. At the top, there are filters for 'Год: 2015', 'Канал: Мегаспорт', and 'Клиент: Media Expert'. Below this is a table with columns: Договор, Дата, Валюта, Заказ, Тип, Целе..., Объем, Размещено, Медиаплан, План, Объем, Сумма, Тип. The first row is highlighted in red and contains the following data: Чибо, 01.01.2015, грн., Март 2015, GRP, Все 18+, 30, 0, Fix, 15, 0, 0. Below the table, there are filters for 'Месяц: март' and 'Интервал: 1 час'. The main area shows a calendar grid for the month of March. On the right side, there is a detailed view of the selected media plan, titled 'МЕДИАПЛАН'. It contains a table with columns: Инфо, Знач., %. The data is as follows:

Инфо	Знач.	%
План:	15	100
В т.ч. Fix:	15	100
Float:	0	0
Npr:	0	0
Объем:	0	0
В т.ч. Fix:	0	0
Float:	0	0
Npr:	0	0
Стоимость:	0	-
В т.ч. Fix:	0	-
Float:	0	-
Npr:	0	-

At the bottom of the window, there is a status bar with the following information: Сервер: Тест, Клиент: Maximum Advertising, Пользователь: Кораблев Денис, Время входа: 01:19:15.

Рисунок 35.1. Детальная информация о выделенном медиаплане

5.21. Редактирование существующего медиаплана

Редактирование медиаплана осуществляется сходным образом, как и редактирование заказа и договора. Необходимо левым щелчком мыши выделить требуемый медиаплан, после чего выбрать в закладке меню «Клиент» пункты «Медиапланы» – «Править» либо нажать стандартную комбинацию горячих клавиш «Ctrl+E» при открытом информационном окне, отображающемся поверх остальных окон, и выделенном в нём медиаплане. В результате на экране появится соответствующая форма (см. рис. 35.2).

После внесения всех требуемых изменений в параметры медиаплана необходимо нажать на кнопку «Сохранить». Для отмены редактирования медиаплана необходимо нажать на кнопку «Отмена» или закрыть форму.

Следует отметить, что случаях, когда в рамках редактируемого медиаплана имеются размещённые видеоролики, Программа ограничивает

изменение некоторых его параметров. В частности, невозможно отсоединить от медиаплана видеоролик, присутствующий в размещениях по этому медиаплану.

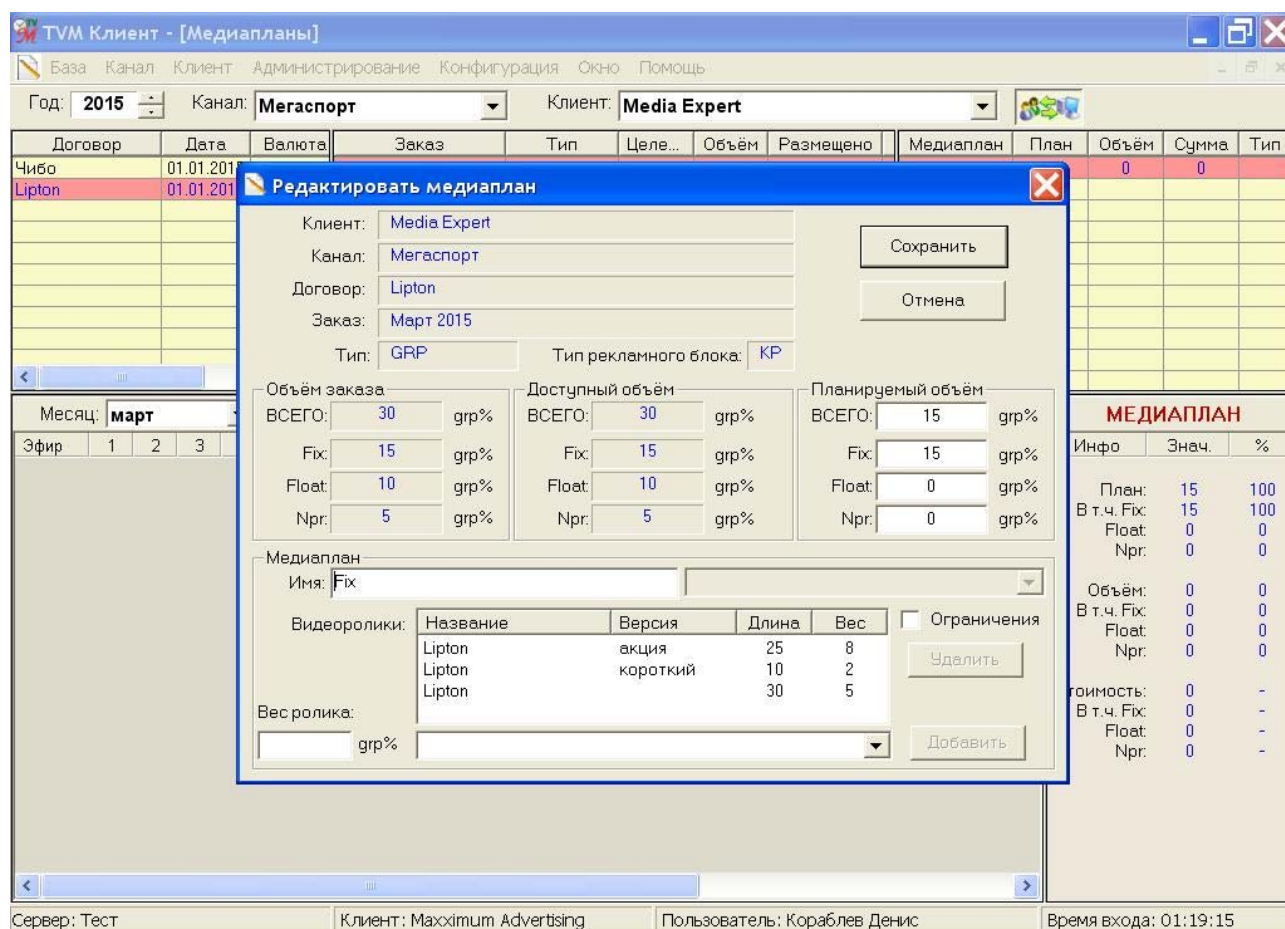


Рисунок 35.2. Редактирование информации о медиаплане

5.22. Управление ограничениями медиапланов

В Программе поддерживается возможность ограничивать размещения в рамках отдельных медиапланов по различным условиям (фильтрам). При этом, каждый из медиапланов может быть привязан к какому-либо фильтру либо не быть привязанным ни к одному из существующих фильтров.

Отсутствие привязки медиаплана к фильтру равнозначно отсутствию каких-либо дополнительных проверок на возможность размещения в рамках этого медиаплана по выбранным условиям.

И наоборот, наличие привязки к фильтру влечёт за собой при каждом размещении видеоролика специальную проверку на допустимость такого размещения по условиям фильтра, результатом работы которой будет разрешение или запрет на данное размещение.

Привязка медиаплана к фильтру осуществляется при помощи поля «Ограничения» в форме редактирования медиаплана (см. раздел 5.19. Создание у клиента медиапланов).

Создание и редактирование фильтров ограничений медиапланов, а также изменение настроек ограничений медиапланов осуществляется из таблицы фильтров ограничения медиапланов (см. раздел 2.8. Просмотр и редактирование фильтров).

Для добавления в базу данных нового фильтра ограничения медиаплана необходимо после выбора в окне фильтров активного типа фильтра «Ограничения медиапланов» в закладке меню «База» выбрать пункты «Фильтры» – «Создать» или нажать на открытом окне фильтров, располагающемся поверх остальных окон, стандартную комбинацию горячих клавиш «Ctrl + N».

В результате на экране будет отображена соответствующая форма (см. рис. 36).

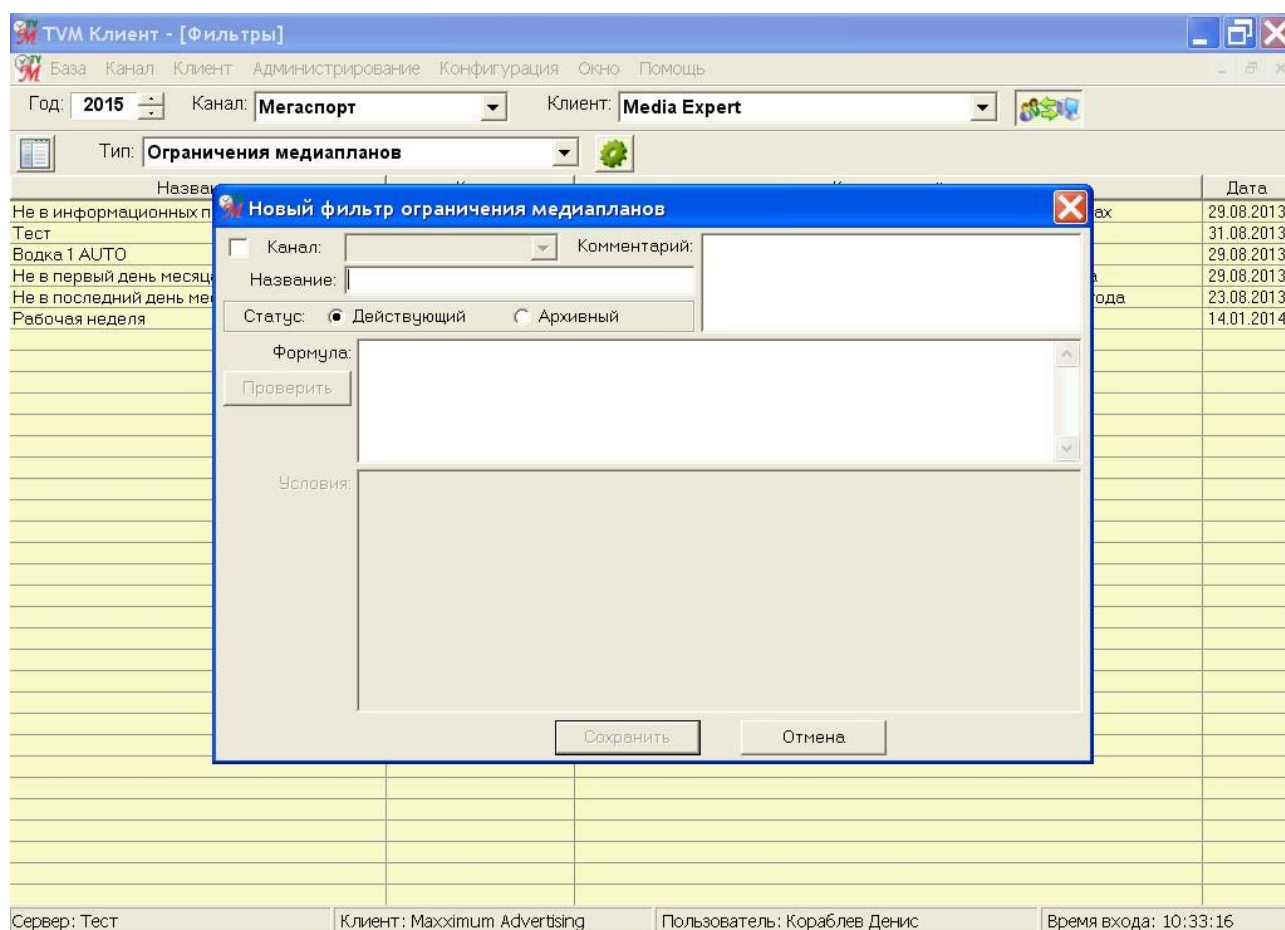


Рисунок 36. Создание фильтра ограничения медиапланов

В поле «Название» этой формы необходимо внести условное наименование фильтра, в поле «Комментарий» – необязательный комментарий, а в поле «Формула» – формулу фильтра, управляющую его работой. Также необходимо выбрать, будет ли новый фильтр действующим или архивным (поле «Статус»), глобальным или локальным (поле «Канал»). Если фильтр привязан к конкретному каналу, он считается локальным, поскольку будет доступен только для медиапланов на этом канале. Если фильтр не привязан к конкретному каналу, он считается глобальным, так как будет доступен для медиапланов на всех каналах.

Поле «Формула» содержит в текстовом виде условную формулу фильтра. Формула фильтра представляет собой набор некоторого количества условий и операций над логическими результатами этих условий. Если условие выполняется, его логическим результатом будет «Истина» (логическая единица). Если условие не выполняется, его логическим результатом будет «Ложь» (логический нуль).

Каждое условие в формуле должно быть в обязательном порядке заключено в круглые скобки. При этом, каждое условие имеет следующий формат:

$$(pzv)$$

, где:

p – сравниваемый параметр; z – знак сравнения; v – сравниваемое значение.

Допускается использовать следующие знаки сравнения z :

Знак z	Интерпретация	Описание
=	равно	Условие выполняется, если сравниваемый параметр равен сравниваемому значению. Иначе условие не выполняется.
<>	не равно	Условие выполняется, если сравниваемый параметр не равен сравниваемому значению. Иначе условие не выполняется.
>	больше	Условие выполняется, если сравниваемый параметр больше сравниваемого значения. Иначе условие не выполняется.
<	меньше	Условие выполняется, если сравниваемый параметр меньше сравниваемого значения. Иначе условие не выполняется.
>=	больше или равно	Условие выполняется, если сравниваемый параметр больше или равен сравниваемому значению. Иначе условие не выполняется.
<=	меньше или равно	Условие выполняется, если сравниваемый параметр меньше или равен сравниваемому значению. Иначе условие не выполняется.

Разным кодам сравниваемых параметров соответствуют разные форматы сравниваемых значений. В качестве сравниваемых параметров допускается использовать следующие коды p :

Код p	Формат параметра p	Формат значения z *	Описание
t	t	$[час]:$ $[минута]:$ $[секунда]$	Время старта рекламного блока, в который размещается видеоролик, сравнивается с абсолютным значением времени в формате $[час]:[минута]:[секунда]$. Если в значении времени отсутствует какой-либо компонент (часы, минуты, секунды), это означает, что для выполнения условия допускается любое значение этого компонента. Например, «13:00:» означает «13 часов, 0 минут и любое значение секунд», «:10:» означает «любое значение часа, 10 минут, любое значение секунд», т.е. другими словами «одиннадцатая минута каждого часа».

<i>e</i>	<i>e</i>	<i>[час]: [минута]: [секунда]</i>	Время после окончания рекламного блока, в который размещается видеоролик, сравнивается с абсолютным значением времени в формате <i>[час]:[минута]:[секунда]</i> . Если в значении времени отсутствует какой-либо компонент (часы, минуты, секунды), это означает, что для выполнения условия допускается любое значение этого компонента. Например, «17:» означает «17 часов, любое значение минут и любое значение секунд», т.е. другими словами «шестой час после полудня».
<i>d</i>	<i>d</i>	<i>[день]. [месяц]. [год]</i>	Дата выхода в эфир рекламного блока, в который размещается видеоролик, сравнивается с абсолютным значением даты в формате <i>[день].[месяц].[год]</i> . Если в значении даты отсутствует какой-либо компонент (день, месяц, год), это означает, что для выполнения условия допускается любое значение этого компонента. Например, «01.06.2015» означает «1 июня 2015 года», «1.» означает «первое число любого месяца любого года», «.12.2015» означает «любой день декабря 2015 года» и т.д.
<i>n</i>	<i>n</i>	<i>[день]. [месяц]. [год]</i>	Дата следующего дня после выхода в эфир рекламного блока, в который размещается видеоролик, сравнивается с абсолютным значением даты в формате <i>[день].[месяц].[год]</i> . Если в значении даты отсутствует какой-либо компонент (день, месяц, год), это означает, что для выполнения условия допускается любое значение этого компонента. Например, «1..2015» означает «первое число любого месяца 2015 года», что, в свою очередь, означает, что видеоролик размещается в последний день любого месяца 2015 года (на 1 день раньше).
<i>w</i>	<i>w</i>	<i>ПН или 1, ВТ или 2, СР или 3, ЧТ или 4, ПТ или 5, СБ или 6, ВС или 7</i>	День недели выхода в эфир рекламного блока, в который размещается видеоролик, сравнивается с абсолютным значением дня недели в текстовом или числовом формате. Например, условие (<i>w</i> >5) означает «день, в который размещается видеоролик, больше пятницы», т.е. «размещение в субботу или в воскресенье». Альтернативным вариантом такого условия могло бы быть (<i>w</i> >ПТ), поскольку для обозначения дней допускается использовать как числовые значения, так и текстовые.

x	x	число	Текущее количество размещаемого видеоролика в рекламном блоке сравнивается с указанным абсолютным целым числом. Число должно быть в диапазоне от 0 до 65535 включительно. Например, условие $(x < 2)$ означает, что не более одного размещаемого видеоролика уже присутствует в рекламном блоке, в который происходит размещение.
y	y	число	Текущее количество видеороликов в рекламном блоке того же медиаплана, что и у размещаемого видеоролика, сравнивается с указанным абсолютным целым числом. Число должно быть в диапазоне от 0 до 65535 включительно. Например, условие $(y \leq 2)$ означает, что не более двух видеороликов в рамках того же медиаплана уже присутствует в рекламном блоке, в который происходит размещение.
g	g	"Жанр"	Жанр телепередачи, в которую размещается видеоролик, сравнивается с указанным в значении жанром. Название жанра должно быть заключено в двойные кавычки. Например, условие $(g <> \text{"Детская программа"})$ означает, что жанр телепередачи, в которую происходит размещение, не является жанром «Детская программа».
s	s	"Канал": "Жанр": "Передача"	Телепередача, в которую размещается видеоролик, сравнивается с указанным в значении названием телепередачи из базы данных. Название телепередачи должно включать в себя название канала, жанра и общего названия телепередачи, заключённые в двойные кавычки. Например, условие $(s = \text{"Мегаспорт": "Информационная программа": "Спорт-тайм"})$ означает, что телепередача, в которую происходит размещение, является телепередачей «Спорт-тайм (Информационная программа)» на канале «Мегаспорт».
q	q	"Клиент": "Видеоролик" или "Клиент": "Видеоролик (версия)"	Размещаемый видеоролик сравнивается с указанным видеороликом указанного клиента. Например, условие $(q = \text{"Media Expert": "Lipton (короткий)})$ означает, что размещаемый видеоролик принадлежит клиенту «Media Expert», имеет название «Lipton» и версию «короткий».
v	v "Клиент": "Видеоролик" или v "Клиент":	число	Количество указанного в параметре видеоролика в рекламном блоке, в который происходит размещение, сравнивается с абсолютным целым числом. Число должно

	"Видеоролик (версия)"		быть в диапазоне от 0 до 4294967295 включительно. Например, условие (v "Media Expert": "Lipton">1) означает, что видеоролик с названием «Lipton» и пустой версией, принадлежащий клиенту «Media Expert», размещён в рекламном блоке, в который происходит размещение, более 1 раза.
m	m "Клиент": "Год": "Договор": "Канал": "Заказ": "Медиаплан"	число	Количество видеороликов указанного в параметре медиаплана в рекламном блоке, в который происходит размещение, сравнивается с абсолютным целым числом. Число должно быть в диапазоне от 0 до 4294967295 включительно. Например, условие (m "Media Expert": "2015": "Lipton": "Мегаспорт": "Март 2015": "Fix">1) означает, что видеоролики медиаплана «Fix» заказа «Март 2015» на канале «Мегаспорт» в рамках договора «Lipton» за 2015 год, принадлежащего клиенту «Media Expert», размещены в рекламном блоке, в который происходит размещение, более 1 раза.
o	o "Клиент": "Год": "Договор": "Канал": "Заказ"	число	Количество видеороликов указанного в параметре заказа в рекламном блоке, в который происходит размещение, сравнивается с абсолютным целым числом. Число должно быть в диапазоне от 0 до 4294967295 включительно.
a	a "Клиент": "Год": "Договор"	число	Количество видеороликов указанного в параметре договора в рекламном блоке, в который происходит размещение, сравнивается с абсолютным целым числом. Число должно быть в диапазоне от 0 до 4294967295 включительно.
c	c "Клиент"	число	Количество видеороликов указанного в параметре клиента в рекламном блоке, в который происходит размещение, сравнивается с абсолютным целым числом. Число должно быть в диапазоне от 0 до 4294967295 включительно.
r	r "Рекламо- датель"	число	Количество видеороликов, связанных с указанным в параметре рекламодателем, в рекламном блоке, в который происходит размещение, сравнивается с абсолютным целым числом. Число должно быть в диапазоне от 0 до 4294967295 включительно.
p	p "Класс товара"	число	Количество видеороликов, связанных с указанным в параметре классом товара, в рекламном блоке, в который происходит размещение, сравнивается с абсолютным целым числом. Число должно быть в

			диапазоне от 0 до 4294967295 включительно.
--	--	--	--

* – квадратные скобки в форматах значений означают, что заключённый в них компонент может опускаться (отсутствовать).

Операции над логическими результатами множества условий в формуле фильтра основаны на использовании стека (временной памяти) логических результатов этих условий глубиной в 32 условия. После вычисления логического результата очередного условия все значения в стеке сдвигаются на 1 позицию вглубь стека (причём самое глубокое значение в стеке, находящееся на 32 позиции, теряется), а вычисленный результат заносится на вершину стека.

Над логическими результатами в стеке могут выполняться следующие операции:

Знак	Интерпретация	Описание
/	Копирование	Все значения в стеке сдвигаются на 1 позицию вглубь стека (причём самое глубокое значение в стеке, находящееся на 32 позиции, теряется), а на вершине стека сохраняется копия предыдущего значения.
\	Выталкивание	Все значения в стеке сдвигаются на 1 позицию к вершине стека (причём самое верхнее значение в стеке, находящееся на 1 позиции, теряется), а на самой глубокой 32 позиции стека появляется логический ноль.
&	Логическое умножение	Логическое умножение двух результатов на вершине стека, после этого смещение всех значений в стеке на 1 позицию к вершине стека (на самой глубокой 32 позиции стека появляется логический ноль) и запись на вершину стека вычисленного ранее результата логического умножения. Логическое умножение двух значений даёт логическую единицу в результате только в том случае, если оба умножаемых значения – логические единицы. Если хотя бы одно из умножаемых значений – логический ноль, результатом логического умножения всегда будет логический ноль.
	Логическое сложение	Логическое сложение двух результатов на вершине стека, после этого смещение всех значений в стеке на 1 позицию к вершине стека (на самой глубокой 32 позиции стека появляется логический ноль) и запись на вершину стека вычисленного ранее результата логического сложения. Логическое сложение двух значений даёт логическую единицу в результате тогда, когда хотя бы одно из складываемых значений – логическая единица. Если оба складываемых значения – логические нули, результатом логического сложения всегда будет логический ноль.
^	Исключающее ИЛИ	Логическое сложение «Исключающее ИЛИ» двух результатов на вершине стека, после этого смещение всех значений в стеке на 1 позицию к вершине стека (на самой глубокой 32 позиции стека появляется логический ноль) и запись на вершину стека вычисленного ранее результата логического сложения «Исключающее ИЛИ». Логическое сложение «Исключающее ИЛИ» двух значений даёт логическую единицу в случае, если одно из складываемых значений – логическая единица, а второе – логический ноль. Если оба складываемых значения – логические нули или логические единицы, результатом логического сложения

		«Исключающее ИЛИ» будет логический нуль.
!	Логическое отрицание	Логическое отрицание результата на вершине стека. Если на вершине стека находится логическая единица, она преобразуется в логический нуль. А если на вершине стека находится логический нуль, он преобразуется в логическую единицу.
*	Обмен	Обмен местами двух верхних результатов на вершине стека. Последний вычисленный логический результат в стеке становится предпоследним, а предпоследний логический результат – последним.
+	Позитивное завершение	Принудительное прерывание формулы фильтра, если на вершине стека находится логическая единица.
–	Негативное завершение	Принудительное прерывание формулы фильтра, если на вершине стека находится логическая единица, с преобразованием этой единицы на вершине стека в логический нуль.

Формула фильтра высчитывается последовательно слева направо по всем входящим в неё условиям и операциям. Конечным результатом формулы будет логический результат на вершине стека в момент завершения её выполнения. Если формула фильтра завершается логической единицей, то размещение в рекламный блок разрешается. В противном случае, когда формула фильтра завершается логическим нулём, размещение в рекламный блок запрещено.

Например, чтобы создать фильтр ограничения медиапланов, запрещающий размещение в любых телепередачах в первый и в последний день каждого месяца, во всех телепередачах жанра «Детская программа» в любой день месяца и в любых телепередачах в рекламных блоках, которые начинаются с 18.00 до 21.00 с понедельника по пятницу и с 10.00 до 21.00 в субботу и в воскресенье, можно использовать следующую формулу:

$$(d=1..)(n=1..)|-(g="Детская программа")-(w<6)(t>=18::)(t<21::)&&-$$

$$(w>=6)(t>=10::)(t<21::)&&!$$

Эта формула обрабатывается в следующей последовательности:

- проверяется условие $(d=1..)$, т.е. равна ли дата, в которую размещается видеоролик, первому числу любого месяца любого года, и логический результат выполнения этого условия записывается на вершину стека со сдвигом предыдущих результатов;
- проверяется условие $(n=1..)$, т.е. равна ли следующая дата, за которой размещается видеоролик, первому числу любого месяца любого года (а следовательно – равна ли предыдущая дата размещения последнему дню месяца), и логический результат выполнения этого условия записывается на вершину стека со сдвигом предыдущих результатов;
- выполняется операция логического сложения $|$ над двумя последними логическими результатами, в результате чего на вершине стека устанавливается логическая единица, если размещение происходит в первый или в последний день любого месяца любого года. Иначе – на вершине стека устанавливается логический нуль;
- выполняется операция негативного завершения $-$, т.е. формула завершается с общим результатом «логический нуль» (запрет

размещения), если размещение происходит в первый или в последний день месяца. Иначе выполнение формулы продолжается;

- проверяется условие ($g = \text{"Детская программа"}$), т.е. происходит ли размещение в телепередачу жанра «Детская программа», и логический результат выполнения этого условия записывается на вершину стека со сдвигом предыдущих результатов;
- выполняется операция негативного завершения $-$, т.е. формула завершается с общим результатом «логический ноль» (запрет размещения), если размещение происходит в телепередачу с жанром «Детская программа». Иначе выполнение формулы продолжается;
- проверяется условие ($w < 6$), т.е. происходит ли размещение в день недели с понедельника по пятницу включительно, и логический результат выполнения этого условия записывается на вершину стека со сдвигом предыдущих результатов;
- проверяется условие ($t \geq 18$), т.е. происходит ли размещение в рекламный блок, который начинается с 18:00 и позже, и логический результат выполнения этого условия записывается на вершину стека со сдвигом предыдущих результатов;
- проверяется условие ($t < 21$), т.е. происходит ли размещение в рекламный блок, который начинается до 21:00, и логический результат выполнения этого условия записывается на вершину стека со сдвигом предыдущих результатов;
- выполняется операция логического умножения $\&$ над двумя последними логическими результатами, в результате чего на вершине стека устанавливается логическая единица, если размещение происходит в рекламный блок, который начинается в период с 18:00 до 21:00. Иначе – на вершине стека устанавливается логический ноль;
- выполняется операция логического умножения $\&$ над двумя последними логическими результатами, в результате чего на вершине стека устанавливается логическая единица, если размещение происходит в рекламный блок, который находится в днях с понедельника по пятницу и начинается в период с 18:00 до 21:00. Иначе – на вершине стека устанавливается логический ноль;
- выполняется операция негативного завершения $-$, т.е. формула завершается с общим результатом «логический ноль» (запрет размещения), если размещение происходит в рекламный блок, который находится в днях с понедельника по пятницу и начинается в период с 18:00 до 20:01. Иначе выполнение формулы продолжается;
- проверяется условие ($w \geq 6$), т.е. происходит ли размещение в день недели с субботы по воскресенье включительно, и логический результат выполнения этого условия записывается на вершину стека со сдвигом предыдущих результатов;
- проверяется условие ($t \geq 10$), т.е. происходит ли размещение в рекламный блок, который начинается с 10:00 и позже, и логический

результат выполнения этого условия записывается на вершину стека со сдвигом предыдущих результатов;

- проверяется условие ($t < 21::$), т.е. происходит ли размещение в рекламный блок, который начинается до 21:00, и логический результат выполнения этого условия записывается на вершину стека со сдвигом предыдущих результатов;
- выполняется операция логического умножения $\&$ над двумя последними логическими результатами, в результате чего на вершине стека устанавливается логическая единица, если размещение происходит в рекламный блок, который начинается в период с 10:00 до 21:00. Иначе – на вершине стека устанавливается логический ноль;
- выполняется операция логического умножения $\&$ над двумя последними логическими результатами, в результате чего на вершине стека устанавливается логическая единица, если размещение происходит в рекламный блок, который находится в днях с субботы по воскресенье и начинается в период с 10:00 до 21:00. Иначе – на вершине стека устанавливается логический ноль;
- выполняется операция логического отрицания $!$ над последним логическим результатом, в результате чего на вершине стека устанавливается логическая ноль, если размещение происходит в рекламный блок, который находится в днях с субботы по воскресенье и начинается в период с 10:00 до 21:00. Иначе – на вершине стека устанавливается логическая единица;
- формула завершается с последним логическим результатом: размещение запрещено, если оно происходит в рекламный блок, который находится в днях с субботы по воскресенье и начинается в период с 10:00 до 21:00. Если это не так, то размещение в рекламный блок разрешено.

При вводе формулы фильтра в поле «Формула» формы создания фильтра Программа обеспечивает возможность вставки всех необходимых названий (текстовых строк внутри двойных кавычек) прямо из соответствующих таблиц базы данных. Для этого необходимо набрать на клавиатуре код параметра, знак условия и две пустые кавычки "", после чего поместить курсор между этими кавычками. В результате на месте кавычек будет отображён список со всеми значениями введённого параметра, среди которых следует выбрать тот, который требуется (см. рис. 36.1).

Для того, чтобы изменить в формуле фильтра уже введённое название, необходимо щёлкнуть левой кнопкой мыши на этом названии, после чего вместо названия будет подсвечен список из всех возможных вариантов названий, среди которых следует выбрать требуемое значение.

Следует отметить, что в сложных названиях, включающих в себя несколько наименований, разделённых символом двоеточия, Программа позволяет вставлять название из базы данных только при условии, что уже вставлены все более общие части этого названия. Например, в названии телепередачи, которое имеет формат "Канал": "Жанр": "Телепередача", вставить наименование телепередачи из списков доступных наименований можно только

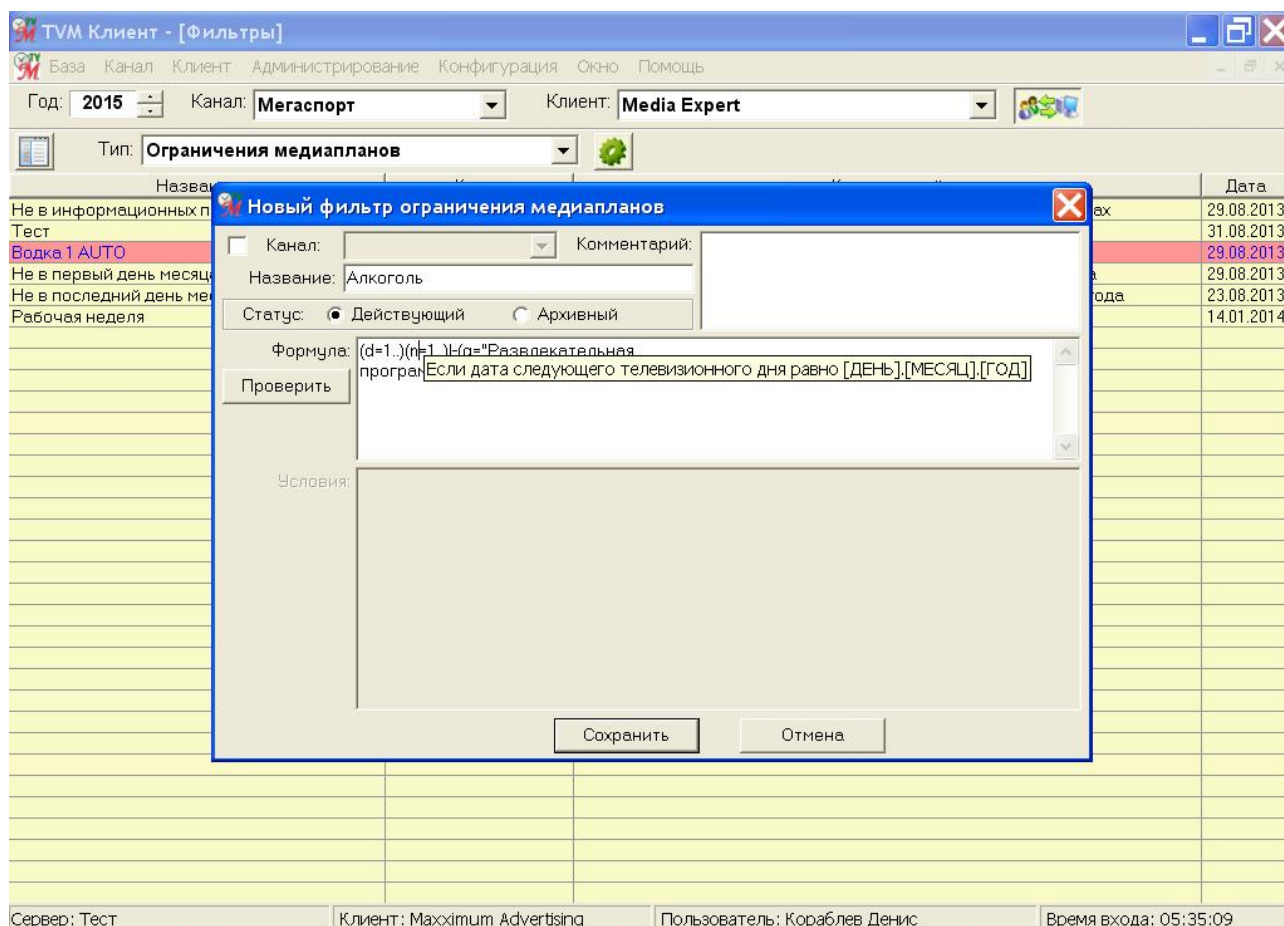


Рисунок 36.2. Подсказка об интерпретации условия фильтра

Чтобы отредактировать существующий в базе данных фильтр ограничения медиапланов, необходимо выделить требуемый рядок в окне фильтров, после чего в закладке меню «База» выбрать пункты «Фильтры» – «Править» или нажать стандартную комбинацию горячих клавиш «Ctrl + E» над открытым окном фильтров, отображающемся поверх остальных окон.

В результате на экране появится форма, поля которой будут заполнены текущими параметрами редактируемого фильтра (см. рис. 36.3).

Необходимо внести все требуемые изменения в параметры фильтра, после чего нажать на кнопку «Сохранить» для записи изменений в базу данных. Для отмены редактирования фильтра необходимо нажать на кнопку «Отмена» или закрыть форму.

Следует отметить, что Программа без каких-либо ограничений позволяет изменять любые параметры у существующих фильтров (включая их формулы), даже, если эти фильтры уже использовались при размещении части медиапланов.

Это связано с тем, что фильтры ограничения медиаплана имеют ограниченную область действия: они используются только в момент размещения видеороликов в рекламные блоки. Если часть видеороликов была размещена по одним условиям ограничения медиапланов, изменение условий использованных ограничений никак не отразится на этих видеороликах. В то же время, как все последующие размещения в рамках таких медиапланов будут проверяться уже по новым, изменённым условиям.

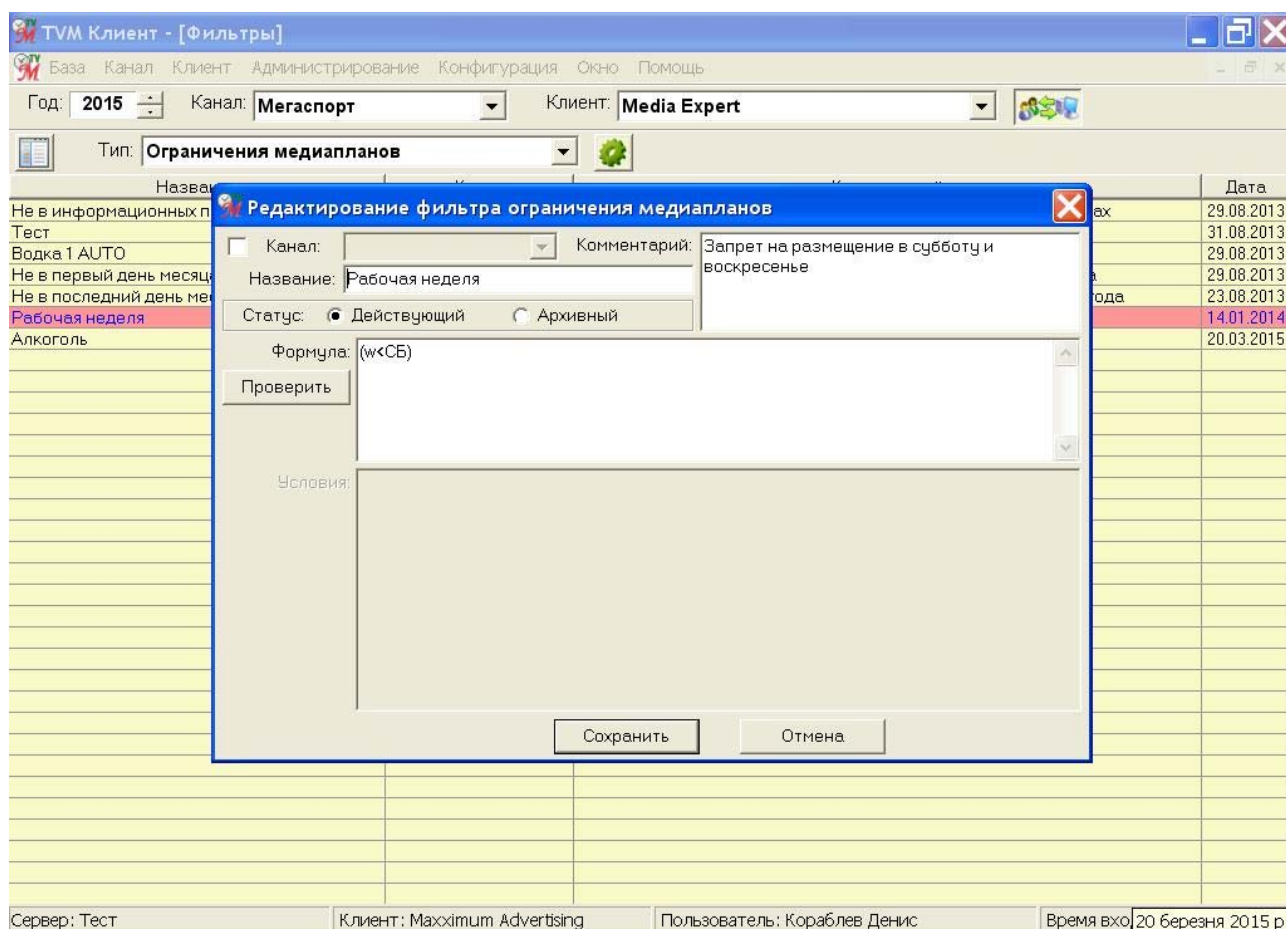


Рисунок 36.3. Редактирование фильтра ограничения медиапланов

Также следует отметить, что управлять доступностью тех или иных фильтров ограничений для всех создающихся в системе медиапланов можно, используя поле «Статус» в форме редактирования фильтров. Это связано с тем, что Программа позволяет присоединить к медиаплану только те фильтры, которые имеют статус «Действующий». Если фильтр имеет статус «Архивный», то он не отображается в списке доступных фильтров ограничения в форме редактирования медиаплана. Таким образом, чтобы сделать временно невозможным использовать определённый фильтр ограничения медиапланов, достаточно изменить его статус на «Архивный».

Окно фильтров ограничения медиапланов предоставляет также пользователям возможность настроить параметры применения этих фильтров ко всем создаваемым в базе данных медиапланам. Для редактирования таких параметров на панели управления окна фильтров имеется специальная кнопка  «Настройки ограничения медиапланов» (с изображением шестерёнки зелёного цвета). При нажатии на эту кнопку на экране будет отображена соответствующая форма (см. рис. 36.4).

В верхней её части имеется набор элементов управления для указания области применения настроек, в частности, поля «Клиент», «Договор», «Год», «Канал» и «Заказ». В нижней части формы имеются две закладки: «Ограничения по умолчанию» и «Установка / замена ограничений».

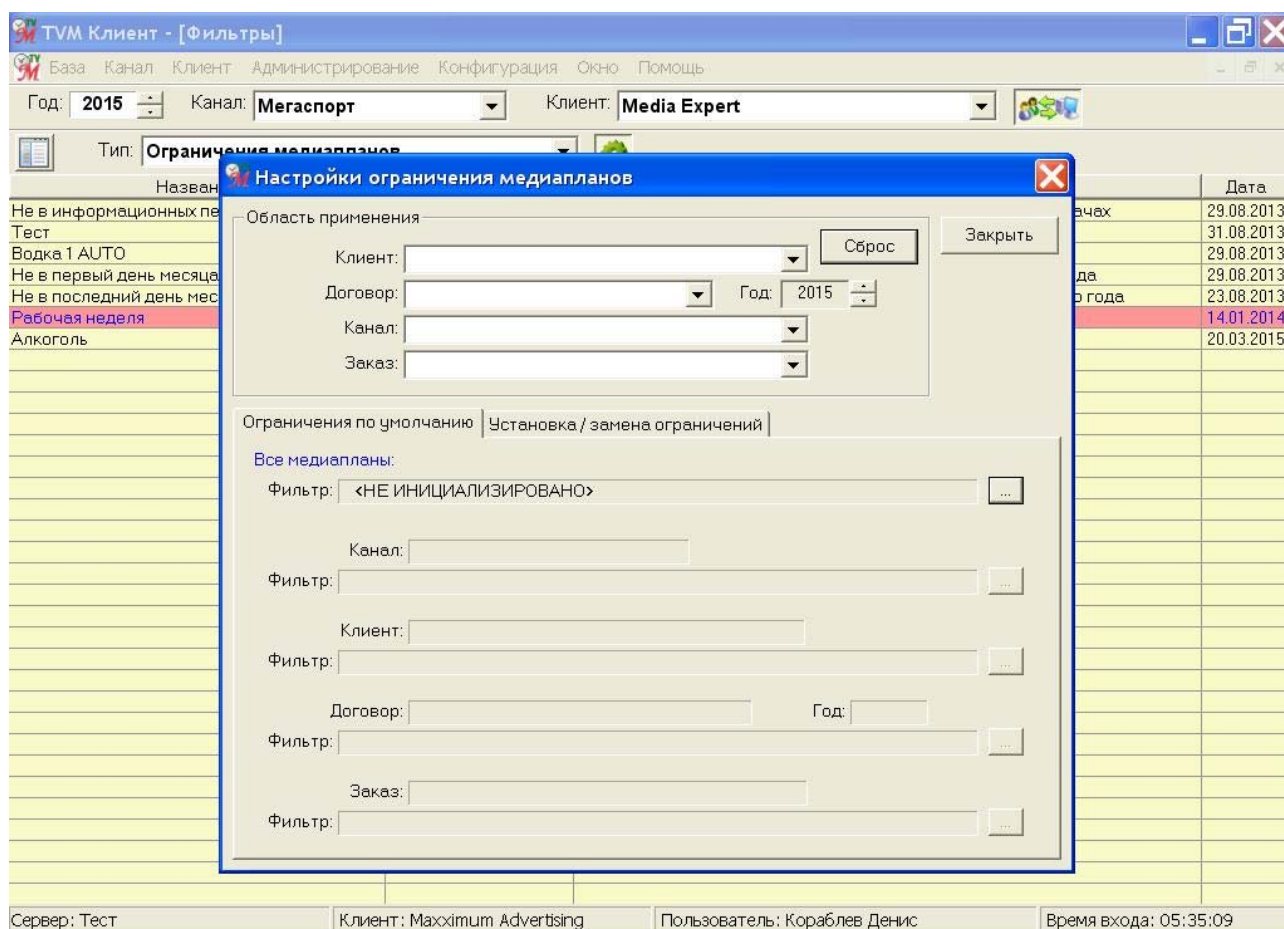


Рисунок 36.4. Редактирование настроек ограничения медиапланов

Закладка «Ограничения по умолчанию» позволяет установить, с какими фильтрами ограничения будут автоматически связываться все создаваемые в системе медиапланы. Если при создании нового медиаплана окажется, что он связан с одним из фильтров ограничения медиапланов, то при отображении формы создания этого медиаплана в ней автоматически будет выбрано поле «Ограничения», и в списке ограничений будет указан именно тот фильтр, с которым связан медиаплан. При этом, если у пользователя, создающего медиаплан, отсутствует право ограничивать действие медиапланов, то сами поля «Ограничения» и список фильтров будут не доступными для редактирования. Таким образом, Программа позволяет делегировать пользователям право создавать медиапланы «под себя», но при этом принудительно ограничивать все их медиапланы определёнными фильтрами.

Автоматическая привязка медиапланов к ограничивающим фильтрам поддерживается в Программе на 5 уровнях: 1) для всех медиапланов в системе; 2) для всех медиапланов в рамках указанного канала; 3) для всех медиапланов в рамках указанного клиента; 4) для всех медиапланов в рамках указанного договора; 5) для всех медиапланов в рамках указанного заказа. Наибольшим приоритетом обладает привязка 5-го уровня (в рамках указанного заказа), а наименьшим приоритетом – привязка 1-го уровня (для всех медиапланов в системе). На каждом из этих уровней возможно одно из трёх состояний: 1) наличие привязки к одному из фильтров ограничения медиапланов; 2)

отсутствие привязки к какому-либо фильтру ограничения медиапланов; 3) отключённое (неинициализированное) состояние.

Для каждого создаваемого медиаплана из всех инициализированных состояний на 5 уровнях привязки выбирается та, которая находится на уровне с наибольшим приоритетом, и в соответствии с ней этот медиаплан привязывается или не привязывается к ограничивающему фильтру.

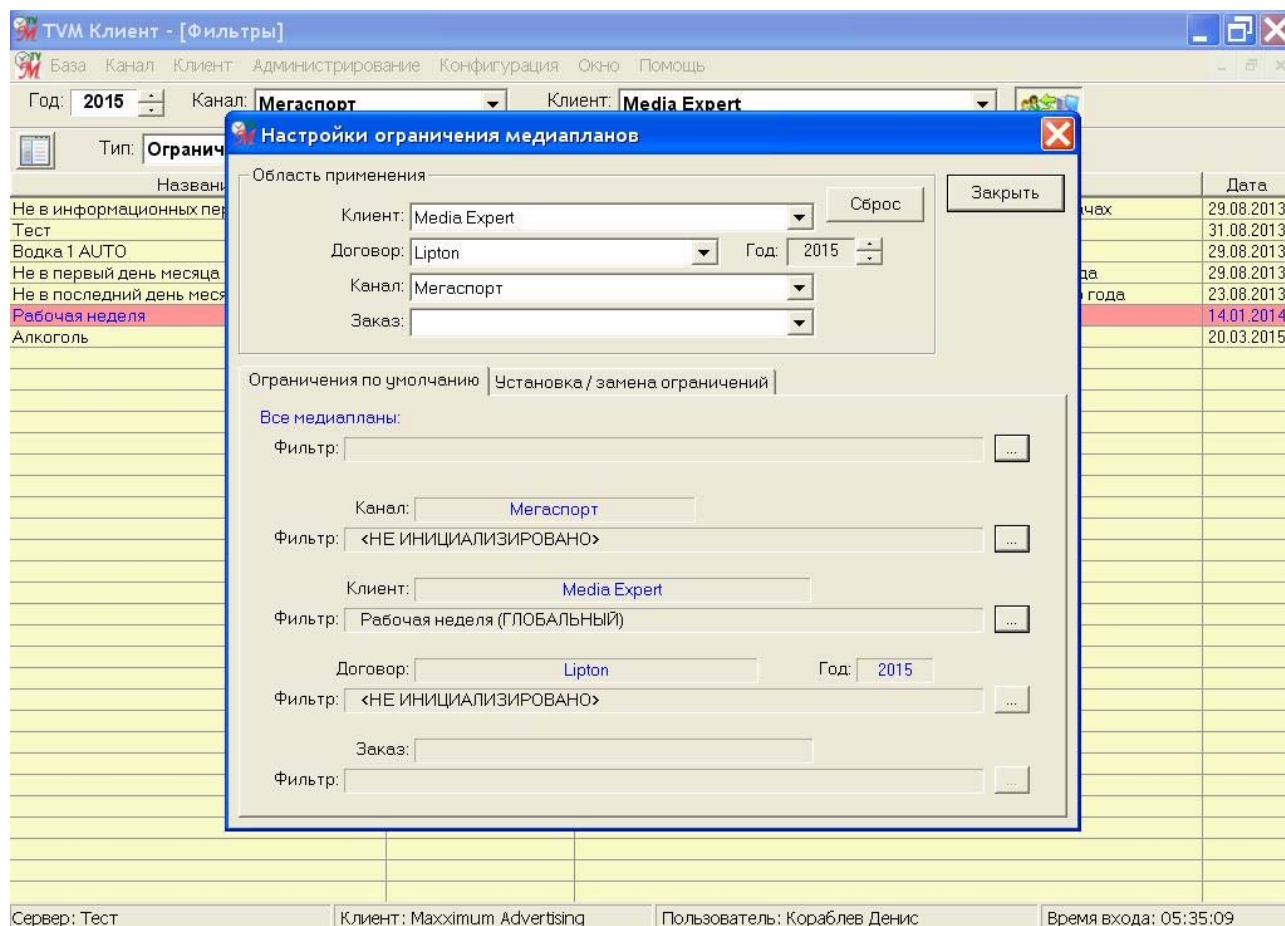


Рисунок 36.5. Выбор области применения ограничений

Для каждого нового в системе клиента, канала, договора и заказа по умолчанию устанавливается отключённое состояние привязки (статус <НЕ ИНИЦИАЛИЗИРОВАНО>).

При выборе в поле «Область применения» нового канала, клиента, договора или заказа в закладке «Ограничения по умолчанию» отображаются фильтры, связанные с выбранным каналом, клиентом, договором или заказом (см. рис. 36.5). При этом содержимое полей «Канал:», «Клиент:», «Договор:» и «Заказ:», которые попадают в указанную область применения, отображается синим шрифтом и указывает на связку с фильтром по умолчанию. Если такая связка отключена, то в поле будет отображена строка <НЕ ИНИЦИАЛИЗИРОВАНО>. При отсутствии привязки к какому-либо фильтру в поле отображается пустая строка. Если же привязка к фильтру присутствует, в поле отображается название этого фильтра (с указанием в скобках названия канала, если фильтр локальный, или слова «ГЛОБАЛЬНЫЙ», если фильтр глобальный).

фильтр из списка или пустую строку для сброса автоматической привязки. Все изменения автоматически будут сохранены в базе данных.

Закладка «Установка / замена ограничений» этой формы позволяет устанавливать, сбрасывать и заменять действующие фильтры ограничений у группы медиапланов, отобранных по определённому критерию (см. рис. 36.7).

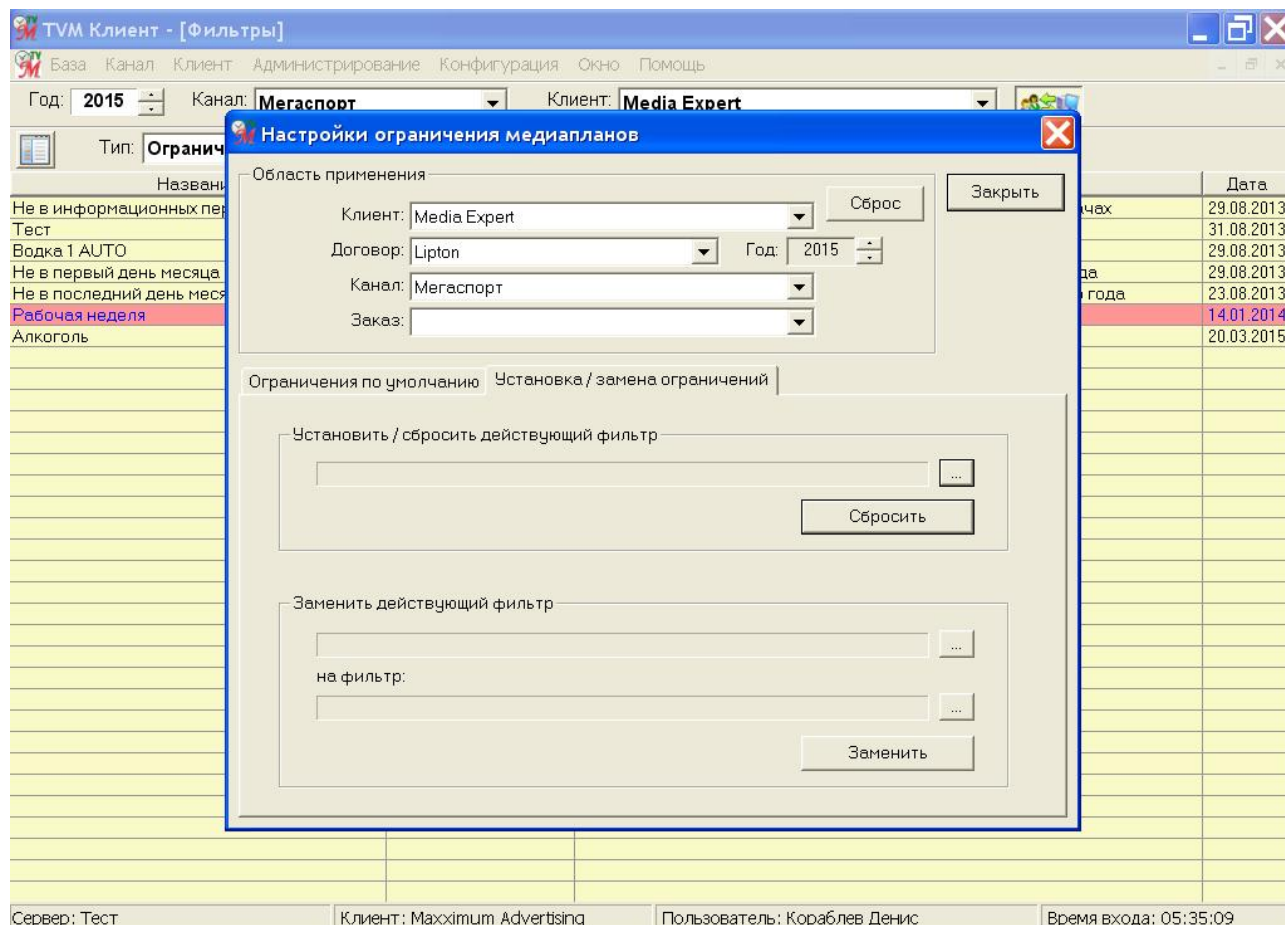


Рисунок 36.7. Пакетная установка / замена ограничений

Критерий отбора медиапланов указывается в секции «Область применения». Все медиапланы выбранной области применения будут задействованы в последующих операциях.

Для принудительной установки какого-либо фильтра во всех медиапланах из области применения необходимо в поле «Установить / сбросить действующий фильтр» выбрать этот фильтр из списка доступных фильтров, после чего нажать на кнопку «Установить».

Для принудительного сброса фильтров ограничения во всех медиапланах из области применения необходимо в поле «Установить / сбросить действующий фильтр» выбрать пустой рядок (при этом кнопка «Установить» заменится кнопкой «Сбросить»), после чего нажать на кнопку «Сбросить».

Для принудительной замены какого-либо указанного фильтра во всех медиапланах из области применения на другой указанный фильтр необходимо в поле «Заменить действующий фильтр» выбрать из списка доступных фильтров фильтр, который требуется заменить, после этого в поле «на фильтр» выбрать фильтр, которым требуется заменить первый фильтр, а затем нажать на кнопку

«Заменить». При этом, в качестве фильтров замены можно также указывать пустые строки, которые означают отсутствие привязки к фильтру.

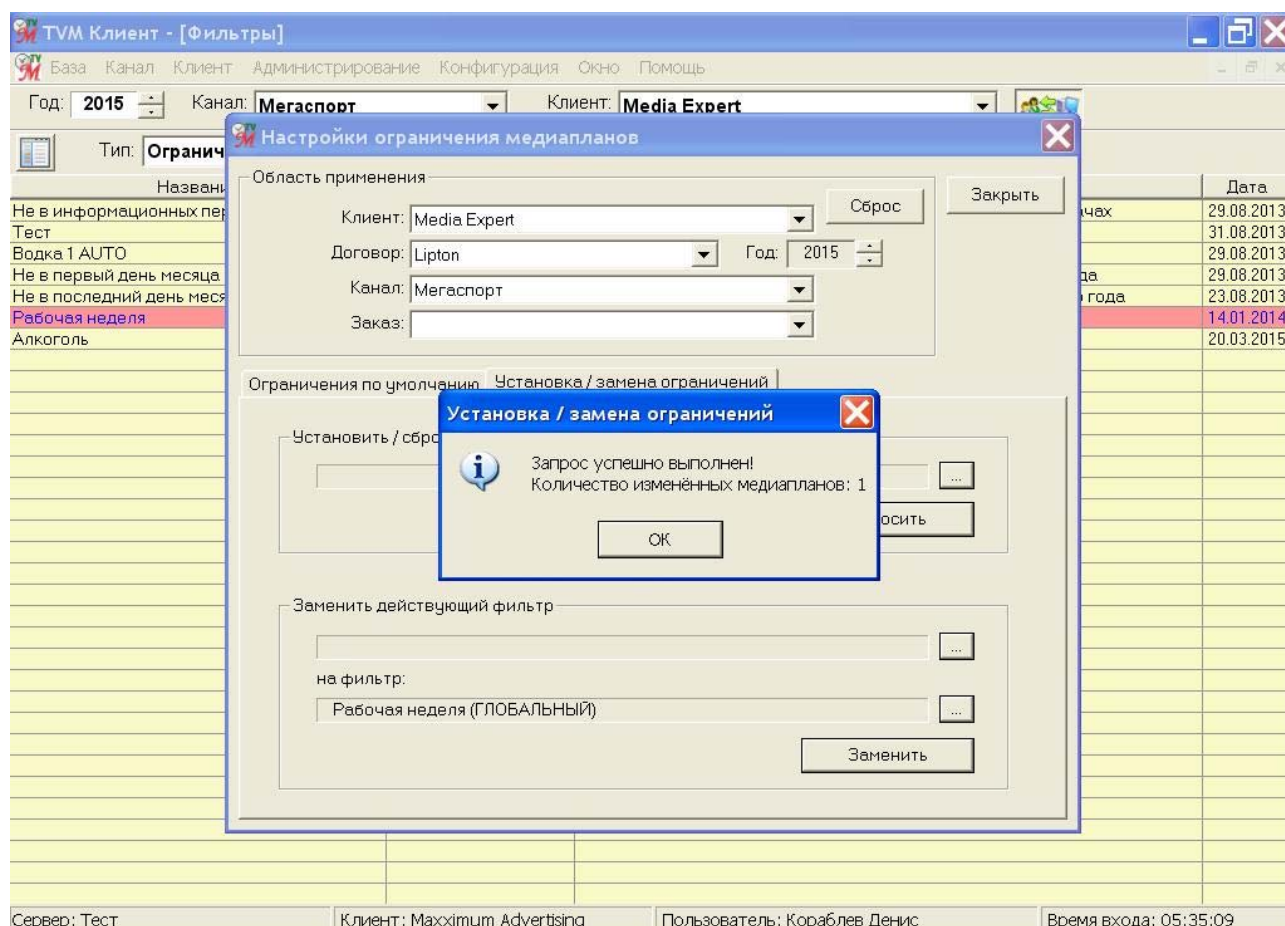


Рисунок 36.8. Замена действующего фильтра

Перед выполнением операций с изменениями фильтров Программа запросит у пользователя дополнительное подтверждение, а после выполнения таких операций – проинформирует о их результатах (см. рис. 36.8). Например, как видно из рис. 36.8., в результате замены во всех медиапланах в рамках договора «Lipton» за 2015 год, принадлежащий клиенту «Media Expert», отсутствия привязки к фильтру на фильтр «Рабочая неделя» был изменён в общей сложности один медиаплан.

Следует отметить, что установка, сброс и замена фильтров ограничения медиаплана никак не отражается на текущих размещениях этого медиаплана. Она относится исключительно к новым размещениям, так как фильтры ограничения медиапланов работают только в момент постановки видеороликов в рекламные блоки.

После завершения работы с настройками ограничений медиапланов для закрытия формы необходимо нажать на кнопку «Закрыть» или закрыть окно формы через стандартную кнопку закрытия окна Windows.

5.23. Просмотр статистики по медиаплану

Окно статистики по медиаплану отображается в нижней половине информационного окна (см. рис. 29). Оно имеет свою панель управления, на которой находятся поля фильтров «Месяц» и «Интервал», а также три кнопки для выбора источника данных о медиаплане: «Факт или прогноз» , «Только факт» , «Только прогноз» .

В текущей версии Программы статистика о выделенном в информационном окне медиаплане выводится только в одном виде – в виде таблицы за указанный месяц, колонки которой содержат даты этого месяца, а рядки – выбранные интервалы времени. В ячейках таблицы находятся суммарные хронометражи видеороликов, размещённых в рамках выделенного медиаплана, по дням указанного месяца и по заданным интервалам времени.

Крайняя правая колонка таблицы «Итого» отображает суммарный хронометраж видеороликов в указанных интервалах времени на протяжении всего месяца, крайняя нижняя колонка «Итого» – суммарный хронометраж видеороликов в течение каждого из дней месяца, а на пересечении этих двух крайних колонок находится суммарное время выходов на протяжении всего месяца (см. рис. 37).

Для отображения статистики по медиаплану необходимо сначала выделить требуемый медиаплан в информационном окне, после чего выбрать в закладке меню «Клиент» пункты «Медиапланы» – «Подробно». Вторым способом отображения статистики есть двойной щелчок левой кнопкой мыши по одному из рядков в окне медиапланов. В результате в окно статистики будут загружены данные по выделенному медиаплану за тот месяц, который указан в поле «Месяц» его панели управления и с такими часовыми интервалами, которые указаны в поле «Интервал» панели управления (см. рис. 37).

Для того, чтобы изменить месяц отображения статистики, необходимо изменить значение в поле «Месяц» на панели управления, после чего автоматически будет загружена статистика на новый месяц.

Для того, чтобы изменить часовой интервал отображения статистики, необходимо изменить значения в поле «Интервал» на панели управления, после чего автоматически будет загружена статистика по новым часовым интервалам. В текущей версии Программы доступны часовые, двухчасовые, трёхчасовые, четырёхчасовые, шестичасовые, восьмичасовые, двенадцатичасовые и суточные интервалы времени.

Кнопки источника данных определяют, каким способом анализируются прогнозные и фактические таблицы размещения для сбора статистики. При нажатой кнопке «Только факт» статистика собирается только по фактическим таблицам размещения. Если нажата кнопка «Только прогноз», статистика собирается только по прогнозным таблицам размещения. Если нажата кнопка «Факт или прогноз», то статистика собирается по фактическим таблицам размещения, а в тех днях, для которых ещё не созданы фактические таблицы размещения – по прогнозным таблицам размещения. По умолчанию выбран источник данных «Факт или прогноз».

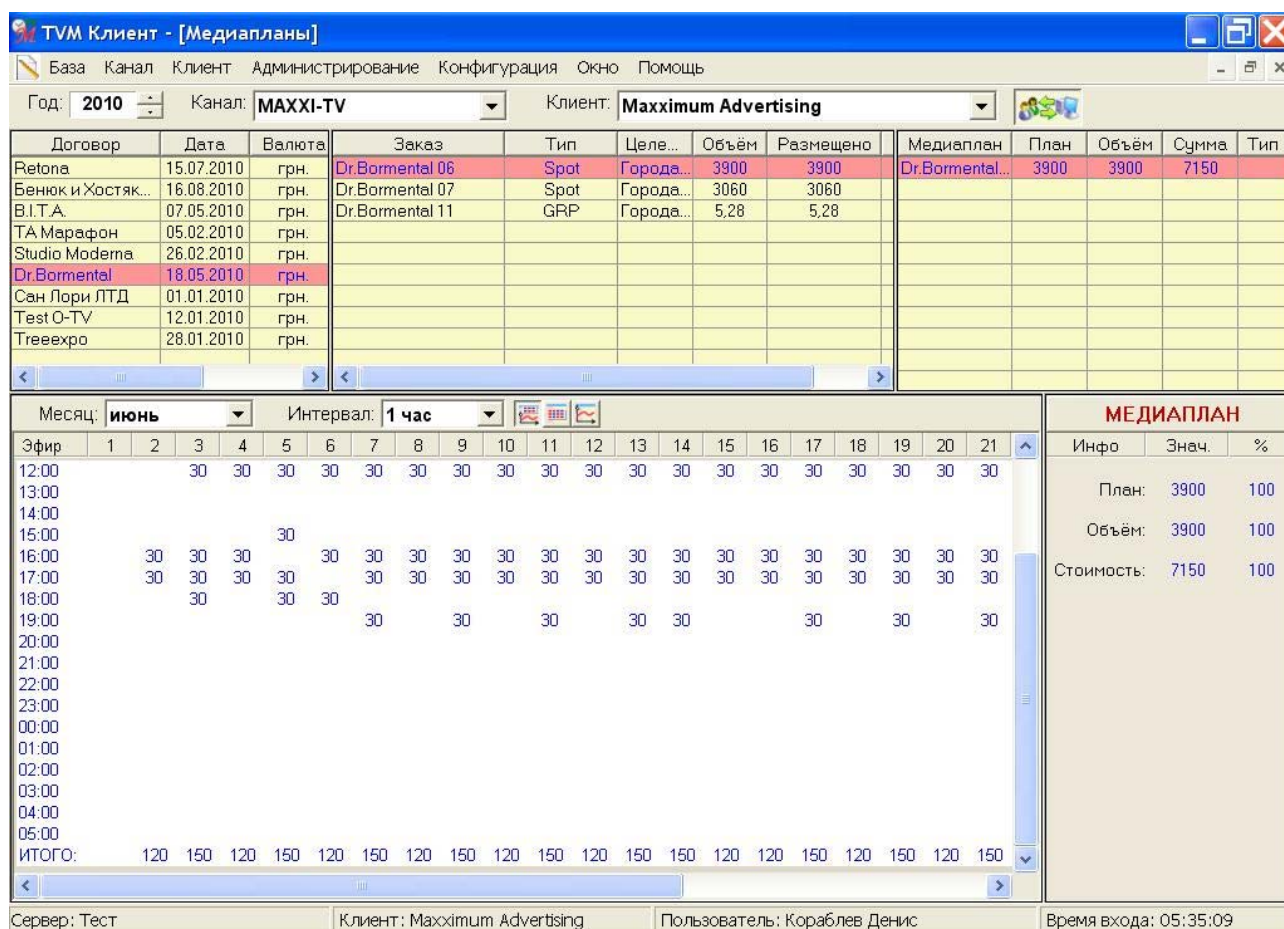


Рисунок 37. Отображение статистики по медиаплану

5.24. Фиксация стоимости медиаплана

Каждый медиаплан имеет текущую расчётную стоимость, которая представляет собой сумму расчётных стоимостей всех размещённых в его рамках видеороликов. Программа позволяет привести любой медиаплан к определённой фиксированной стоимости, отличной от его текущей расчётной стоимости. В этом случае заданная пользователем фактическая стоимость медиаплана будет равномерно разложена между всеми его размещёнными видеороликами и записана в каждый видеоролик как его фиксированная стоимость.

Просматривать и изменять фиксированные стоимости медиапланов могут только те пользователи, которые имеют соответствующие права доступа.

Для того, чтобы просмотреть расчётные и фиксированные стоимости какого-либо медиаплана, а также изменить их, необходимо сначала выделить этот медиаплан в информационном окне, после чего в закладке меню «Клиент» выбрать пункты «Медиапланы – Стоимости» либо нажать стандартную комбинацию горячих клавиш «Ctrl+F» при открытом информационном окне, отображающемся поверх остальных окон. В результате на экране будет отображена соответствующая форма (см. рис. 37.1).

ТVM Клиент - [Медиапланы]

База Канал Клиент Администрирование Конфигурация Окно Помощь

Год: 2015 Канал: Мегаспорт Клиент: Media Expert

Договор	Дата	Валюта	Заказ	Тип	Целе...	Объём	Размещено	Медиаплан	План	Объём	Сумма	Тип
Чибо	01.01.2015	грн.	Март 2015	GRP	Все 18+	30	0	Fix	15	3.01	327.3	
Lipton	01.01.2015	USD										

Месяц: март Интервал: 1 2 3 4 5 6

Эфир

Медиаплан: Fix

Валюта: USD

Период размещений: 23.03.2015 - 27.03.2015

Общее количество размещений: 20

в т.ч. с фиксированной стоимостью: 0

Текущая стоимость: 327.3 USD

Расчётная стоимость: 327.3 USD

Разница: 0 USD

Привести к расчётной стоимости

Сохранить Отмена

МЕДИАПЛАН

Инфо	Знач.	%
План:	15	100
В т.ч. Fix:	15	100
Float:	0	0
Npr:	0	0
Объём:	3.01	20.07
В т.ч. Fix:	3.01	20.07
Float:	0	0
Npr:	0	0
Стоимость:	327.3	100
В т.ч. Fix:	327.3	100
Float:	0	0
Npr:	0	0

Сервер: Тест Клиент: Maximum Advertising Пользователь: Кораблев Денис Время входа: 10:22:05

Рисунок 37.1. Фиксация стоимости медиаплана

В верхней её части отображается название медиаплана, его валюта, первый и последний день периода, когда были размещены его видеоролики, общее количество размещений видеороликов медиаплана, количество размещений, стоимость которых зафиксирована, текущая стоимость медиаплана, его расчётная стоимость и разница между текущей и расчётной стоимостями. Как видно из примера на рис. 37.1, выбранный медиаплан размещён по расчётной стоимости (так как количество размещений с фиксированной стоимостью равно 0).

Единственное, что доступно пользователю для редактирования в этой форме – это поле «Текущая стоимость». Если ввести в него стоимость, отличную от расчётной, и после этого нажать на кнопку «Сохранить», то форма закроется, а выделенный в информационном окне медиаплан будет пересчитан в указанную новую стоимость (см. рис. 37.2). Как видно из примера на рис. 37.2, в колонке «Тип» напротив изменённого медиаплана появился флаг «F», указывающий на то, что этот медиаплан имеет фиксированную стоимость. Повторный вызов формы «Стоимости медиаплана» показывает, что все его 20 размещённых видеороликов имеют фиксированную стоимость и текущая стоимость медиаплана на 7,3 USD меньше расчётной стоимости. Поскольку медиаплан имеет видеоролики с фиксированной стоимостью, в форме стала активной кнопка «Привести к расчётной стоимости», позволяющая отменить фиксацию стоимости медиаплана.

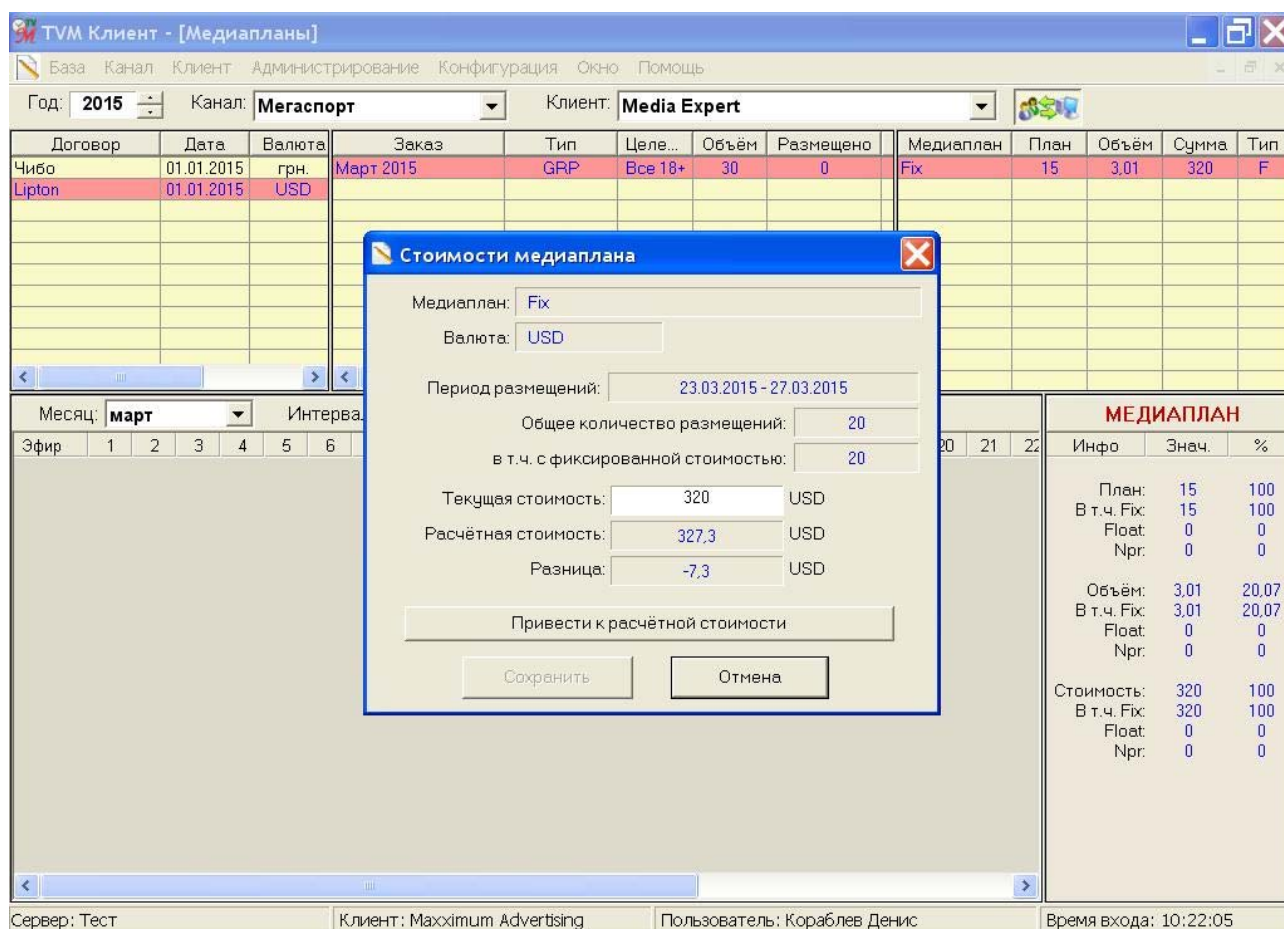


Рисунок 37.2. Приведение медиаплана к расчётной стоимости

Для отмены изменения фиксированной стоимости медиаплана необходимо нажать на кнопку «Отмена» или закрыть форму.

5.25. Замена размещённого видеоролика в медиаплане

Функция «Замена ролика» позволяет выполнить автоматическую замену во всех размещениях в указанном временном интервале одного видеоролика на другой видеоролик в рамках этого же медиаплана.

Для вызова этой функции необходимо сначала выделить требуемый медиаплан в информационном окне, после чего выбрать в закладке меню «Клиент» пункты «Медиапланы» – «Замена ролика» либо нажать комбинацию горячих клавиш «Ctrl+N». В ответ на это действие на экране будет отображена соответствующая форма (см. рис. 37.3).

В ней отображаются текущий активный клиент, текущий активный канал, выбранные договор, заказ и медиаплан. В поле «Заменить видеоролик» необходимо указать видеоролик, который надо заменить, а в поле «на видеоролик» указать видеоролик, которым надо заменить предыдущий. Также в полях «С» и «по» необходимо указать даты, с которой и по которую включительно должна быть произведена замена.

Автоматическая замена видеороликов допускается только в том случае, если размещение нового ролика в этот день и на этом канале не запрещено ни одним из возможных ограничений.

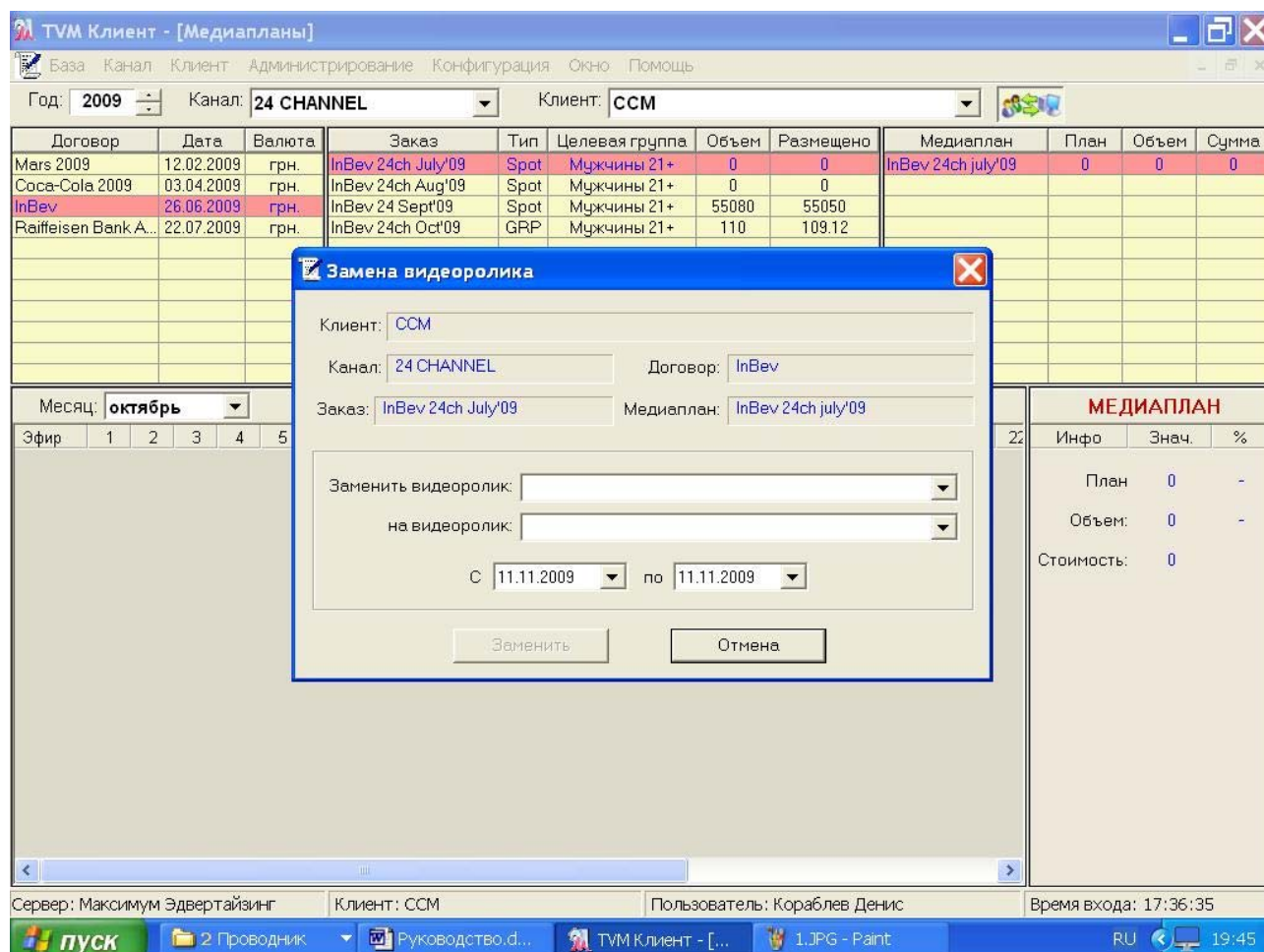


Рисунок 37.3. Замена видеоролика

5.26. Снятие размещённого видеоролика в медиаплане

Функция «Снятие ролика» позволяет выполнить автоматическое удаление указанного видеоролика во всех его размещениях в указанном временном интервале в рамках данного медиаплана.

Для вызова этой функции необходимо сначала выделить требуемый медиаплан в информационном окне, после чего выбрать в закладке меню «Клиент» пункты «Медиапланы» – «Снятие ролика» либо нажать комбинацию горячих клавиш «Ctrl+X». В ответ на это действие на экране будет отображена соответствующая форма (см. рис. 37.4). В ней отображаются текущий активный клиент, текущий активный канал, выбранные договор, заказ и медиаплан. В поле «Снять видеоролик» необходимо указать видеоролик, который надо удалить их размещений, а в полях «С» и «по» необходимо указать даты, с которой и по которую включительно должно быть произведено удаление.

Автоматическое снятие видеоролика допускается только в том случае, если удаление рекламного ролика в этот день и на этом канале не запрещено ни одним из возможных ограничений.

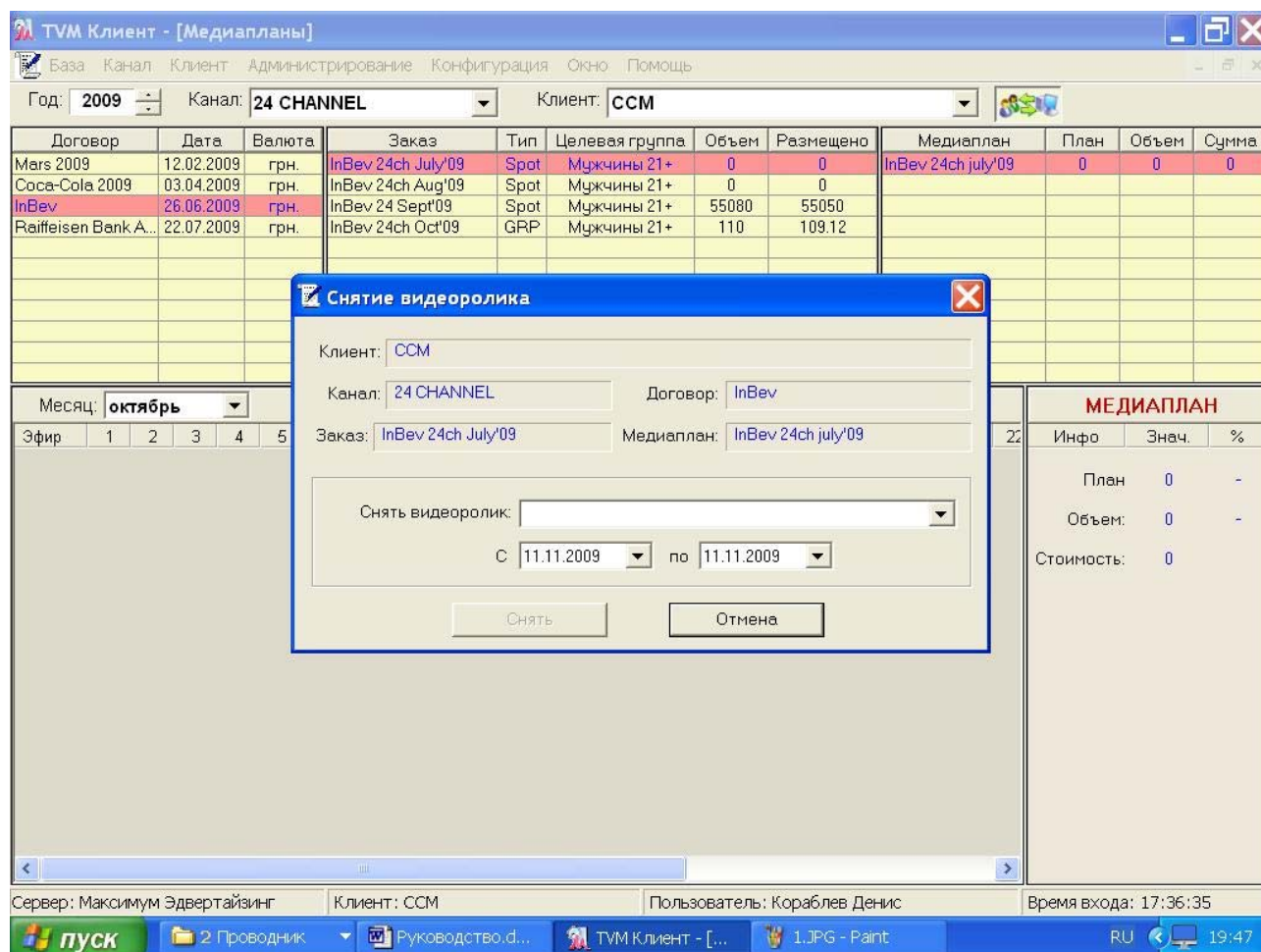


Рисунок 37.4. Снятие видеоролика

6. Работа с таблицами размещения

Таблица размещения – телевизионная сетка для отдельного канала на одну неделю, содержащая информацию о наличии в служебных вставках телепередач (рекламных блоках) рекламных и иных видеороликов, размещённых в рамках тех или иных медиапланов.

Таблица размещения представляет собой телевизионную сетку, которая содержит подробную информацию о наполнении рекламных блоков видеороликами, а также предоставляет пользователю возможность добавлять видеоролики в эти рекламные блоки или удалять их из блоков.

На экране всегда отображается таблица размещения того канала, который в данный момент является активным и указан в поле «Канал» панели фильтров главного окна Программы. При этом поле «Год» на панели фильтров никак не влияет на отображение таблицы размещения на различные даты.

На каждую неделю каждого телеканала Программа может хранить до двух экземпляров таблиц размещения, одна из которых является прогнозной, а вторая – фактической. Прогнозная таблица размещения содержит планируемую телевизионную сетку и планируемые размещения видеороликов до их выхода в эфир. После выхода телесетки в эфир появляется возможность создать на этот день фактическую таблицу размещения, которая содержит фактически вышедшую в эфир телевизионную сетку и фактически размещённые в ней видеоролики.

В один и тот же момент времени на экране в окне таблицы размещения может отображаться только один из этих двух вариантов таблицы размещения, что устанавливается специальной кнопкой-переключателем внутри окна таблицы размещения.

6.1. Загрузка таблицы размещения

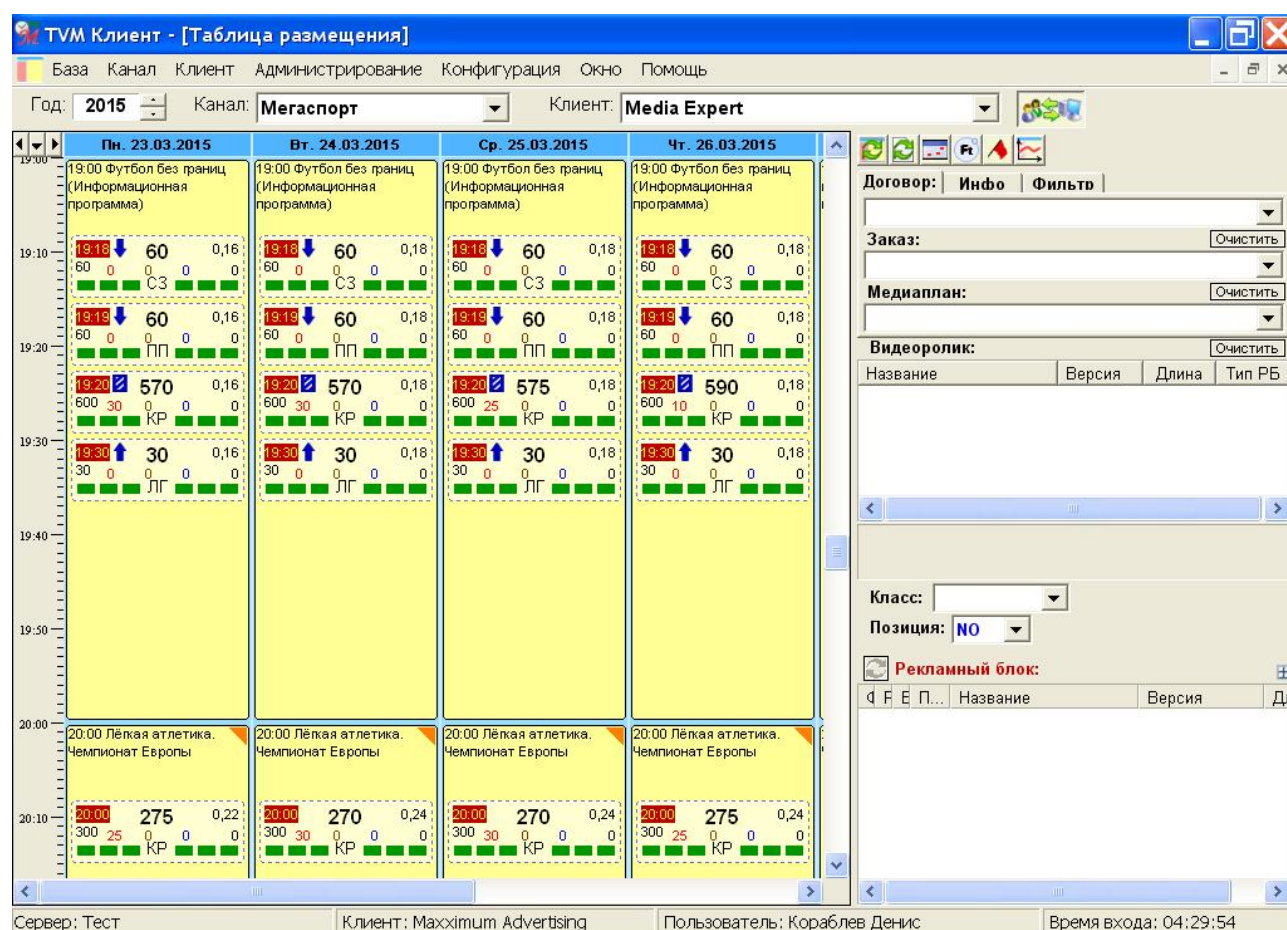


Рисунок 38. Таблица размещения

Чтобы загрузить таблицу размещения на текущую неделю для текущего активного канала необходимо в закладке меню «Клиент» выбрать пункт «Таблица размещения» или нажать комбинацию горячих клавиш «Ctrl+A». Следует отметить, что текущая неделя при этом определяется текущей системной датой по часам системы, из-под которой запущена клиентская часть

Программы. В ответ на экране появится окно, в которое будет загружена таблица размещения на текущий канал и текущую неделю (см. рис. 38).

Для загрузки таблицы размещения на любую дату необходимо в закладке меню «Клиент» выбрать пункт «Загрузить таблицу...» либо нажать комбинацию горячих клавиш «Ctrl+Shift+A». В результате на экране будет отображено дополнительное окно выбора даты (по аналогии с телесеткой), и после указания в нём даты загрузки будет отображена таблица размещения на ту неделю, которая содержит введённую дату.

6.2. Общий вид таблицы размещения

В целом, общий вид таблицы размещения соответствует телевизионной сетке (см. рис. 38): в верхней её части имеется аналогичный заголовок, в котором указаны даты, в левой её части – аналогичная шкала времени, позволяющая масштабировать таблицу размещения по высоте, в левом верхнем углу – кнопки перехода на предыдущую и последующую неделю, а также загрузки таблицы размещения на указанную неделю. Внутри рабочей области таблицы размещения по аналогии с телесетками располагается телевизионная сетка на все семь дней недели.

Также, как и в телесетке, в заголовке таблицы размещения даты рабочих дней отображаются одним цветом (в цветовой схеме по умолчанию – чёрным), а даты выходных дней – другим цветом (в цветовой схеме по умолчанию – красным). Однако, в отличие от телевизионной сетки, в заголовках таблицы размещения может отображаться дополнительная информация. В частности, в прогнозных таблицах размещения после выбора активного медиаплана для размещения в заголовках таблицы (справа от даты) отображаются специальные маркеры  или , указывающие соответственно на возможность или невозможность размещения этого медиаплана в данном дне недели. В фактических таблицах размещения на этом месте всегда отображаются специальные маркеры  или , указывающие соответственно на то, является ли прогнозным или фактическим данный день недели (фактические таблицы размещения могут создаваться не на всю неделю, а по отдельным её дням).

Также, как и в телесетке, линейка таблицы размещения (шкала времени) может использоваться для масштабирования таблицы размещения по высоте. Порядок действий при масштабировании и параметры масштабирования аналогичны телевизионным сеткам. При этом, значения обоих активных масштабов таблицы размещения запоминаются отдельно от значений обоих масштабов телесеток (т.е. масштабы телесеток и таблиц размещения устанавливаются независимо).

Однако, в отличие от телевизионной сетки, в правой части окна таблицы размещения дополнительно расположена информационная панель, которая содержит (сверху вниз): переменный набор кнопок, закладку «Договор» (с полями «Договор», «Заказ» и «Медиаплан»), закладку «Инфо», закладку «Фильтр» (с полями типов рекламных блоков и полем «Целевая аудитория»), поля «Видеоролик», «Класс», «Позиция» и область «Рекламный блок».

18:30 Спорт-тайм (Информационная программа)				
18:30	175	0,18		
300	10	70	25	20
■	■	■	■	■
18:55	175	0,18		
300	30	60	20	15
■	■	■	■	■
КР				

К тому же, рекламные блоки таблицы размещения содержат внутри дополнительные элементы (см. рис. слева). В частности, в рекламном блоке таблицы размещения отображается:

- в левом верхнем углу – время выхода рекламного блока в эфир (на примере, в 18:30 и 18:55);
- под временем выхода в эфир – общая продолжительность рекламного блока, в секундах / символах (в данном случае оба блока по 300 секунд);
- в центре сверху крупным жирным шрифтом – оставшееся свободное время в блоке, в секундах / символах (в данном случае в обоих блоках осталось свободными по 175 секунд);
- в правом верхнем углу – прогнозный рейтинг выхода блока в эфир по той целевой аудитории, которая указана в закладке «Фильтр» информационной панели таблицы размещения (в данном случае в обоих блоках 0,18);
- аббревиатура по центру в нижней части блока – тип блока (в данном случае оба блока – блоки коммерческой рекламы (КР));
- число справа по центру блока показывает суммарную длительность видеороликов в данном блоке, которые были размещены по классу вытеснения Spot (на примере 20 и 15 секунд, выполненные чёрным шрифтом);
- слева от суммарной длительности Spot число показывает суммарную длительность видеороликов в рекламном блоке, которые были размещены по классу вытеснения Npr (в данном случае 25 и 20 секунд, выполненные синим шрифтом);
- слева от суммарной длительности Npr число показывает суммарную длительность видеороликов в рекламном блоке, которые были размещены по классу вытеснения Float (в данном случае 70 и 60 секунд, выполненные коричневым шрифтом);
- слева от суммарной длительности Float число показывает суммарную длительность видеороликов в рекламном блоке, которые были размещены по классу вытеснения Fix (в данном случае 10 и 30 секунд, выполненные красным шрифтом);
- прямоугольники в нижней части блока – индикаторы, которые показывают на занятость фиксированных позиций в блоке: прямоугольники слева от типа рекламного блока означают соответственно фиксированные позиции +1F (первый с начала), +2F (второй с начала) и +3F (третий с начала); прямоугольники справа от типа рекламного блока означают соответственно фиксированные позиции 3В+ (третий с конца), 2В+ (второй с конца) и 1В+ (первый с конца); если фиксированная позиция свободна, прямоугольник имеет зелёный цвет (в цветовой схеме по умолчанию), если фиксированная позиция занята, прямоугольник имеет красный цвет (в цветовой схеме по умолчанию); в

примере в первом рекламном блоке занята позиция +2F (второй с начала), а во втором блоке – позиция 1B+ (первый с конца).

Следует отметить, что отображение в рекламных блоках значений суммарных длительностей размещённых видеороликов по классам вытеснения Fix, Float, Npr и Spot зависит от настроек конфигурации клиентской части Программы и может быть отключено. В таком случае оставшееся свободное время в блоках отображается по центру блоков.

Щелчок левой кнопкой мыши по одному из рекламных блоков таблицы размещения выделяет этот рекламный блок, делая его активным (см. рис. 38.2). Активный рекламный блок отображается в таблице размещения на отдельном цветовом фоне (в цветовой схеме по умолчанию – бледно-красном). Для того, чтобы выделить другой рекламный блок, следует щёлкнуть левой кнопкой мыши по новому блоку. Для того, чтобы отменить текущее выделение рекламного блока, необходимо щёлкнуть правой кнопкой мыши в любом месте рабочей области таблицы размещения или щёлкнуть левой кнопкой мыши в любом месте рабочей области таблицы размещения, кроме рекламного блока.

6.3. Фильтр отображения таблицы размещения

По аналогии с телесеткой, таблица размещения содержит специальный фильтр, который управляет отображением в ней только определённой комбинации типов служебных вставок (рекламных блоков).

Этот фильтр можно вызвать, выбрав в закладке меню «Клиент» пункт «Фильтр отображения» или нажав стандартную комбинацию горячих клавиш «Ctrl+F» при условии, что окно таблицы размещения располагается на переднем плане экрана поверх остальных окон Программы.

В результате на экране появится специальная форма (см. рис. 38.1), которая покажет текущую комбинацию отображаемых в таблице размещения типов рекламных блоков и предоставит возможность изменить эту комбинацию.

Форма фильтра позволяет сразу установить все либо сбросить все типы рекламных блоков. Для этого следует воспользоваться её кнопками «Установить все» или «Сбросить все».

После изменения комбинации отображаемых типов блоков необходимо закрыть форму, нажав на кнопку «Закрыть» или на стандартную кнопку закрытия окна Windows. И в том, и в другом случае все изменения вступят в силу немедленно: в таблице размещения будут отображены только те типы рекламных блоков, которые были отмечены в её фильтре.

Вторым вариантом управления комбинацией отображаемых блоков в таблице размещения есть использование закладки «Фильтр» в её информационной панели (см. рис. 38.4).

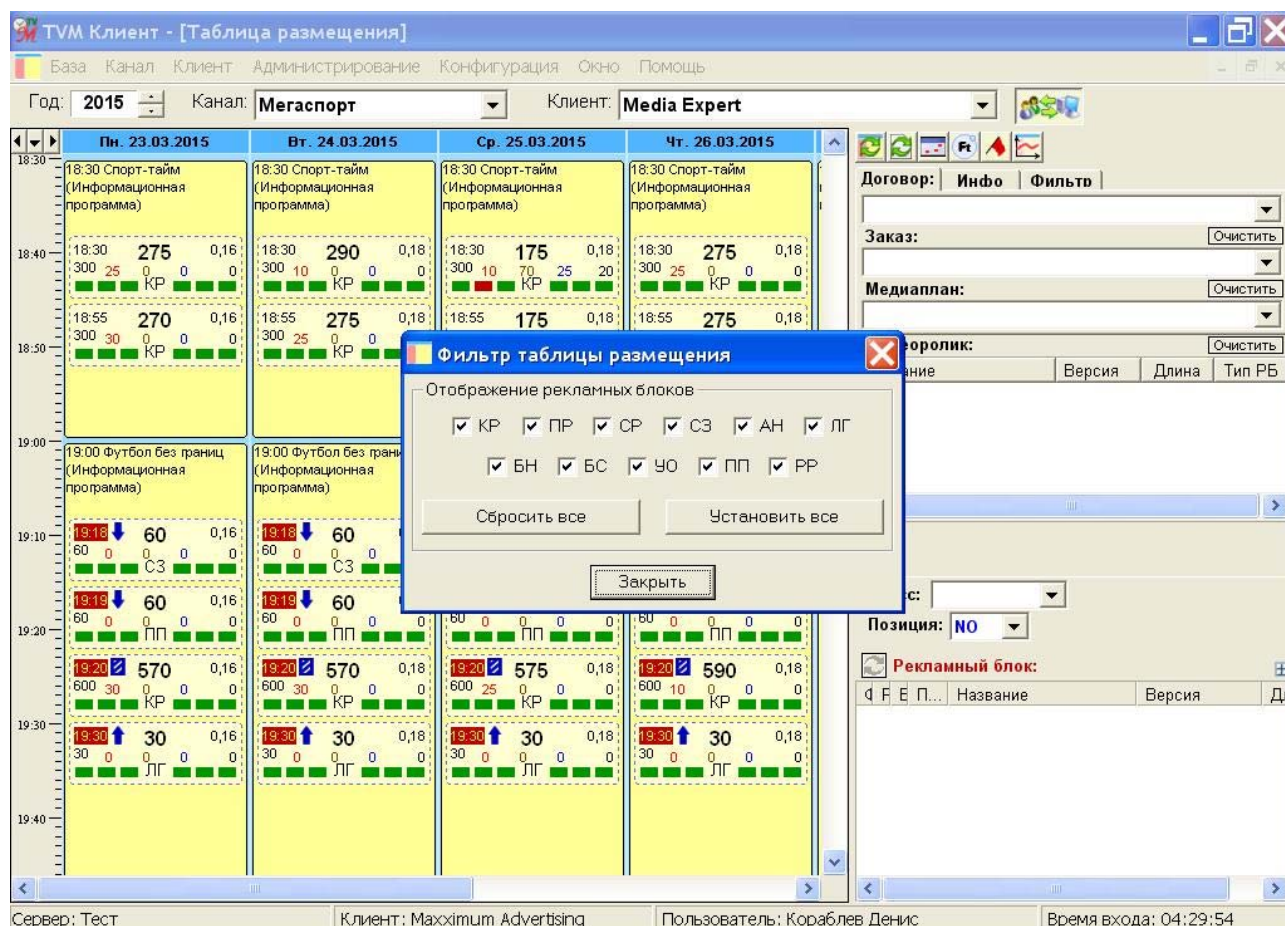


Рисунок 38.1. Фильтр отображения таблицы размещения

6.4. Информационная панель таблицы размещения

Информационная панель таблицы размещения предоставляет пользователю возможность выбора активного договора, заказа, медиаплана и видеоролика, указания класса размещения и фиксированной позиции размещаемых видеороликов, отслеживания в процессе размещения свободного объёма заказа (доступного для размещения), планируемого и текущего объёмов медиаплана, его текущей стоимости, управления отображением в таблице разных типов рекламных блоков и рейтингов по разным целевым аудиториям, а также управления содержимым выбранных рекламных блоков (см. рис. 38.2).

Для большего удобства в Программе имеется возможность изменять ширину информационной панели таблицы размещения. Для этого необходимо позиционировать курсор мыши в область левой грани информационной панели, пока он не изменится на двойную горизонтальную стрелку $\leftrightarrow$. Далее следует нажать на левую кнопку мыши и, удерживая её в нажатом состоянии, передвинуть границу информационной панели на новое место. После отпускания левой кнопки мыши ширина информационной панели изменится.

Поля «Договор», «Заказ» и «Медиаплан» закладки «Договор» предназначены для выбора медиаплана, в рамках которого будет осуществляться размещение или снятие видеороликов (см. рис. 38.2). Эти

элементы представляют собой выпадающие списки, и они отображаются только, если в информационной панели выбрана закладка «Договор». Нажимая на кнопку выпадающего списка , можно увидеть перечень всех его элементов и выбрать один из них.

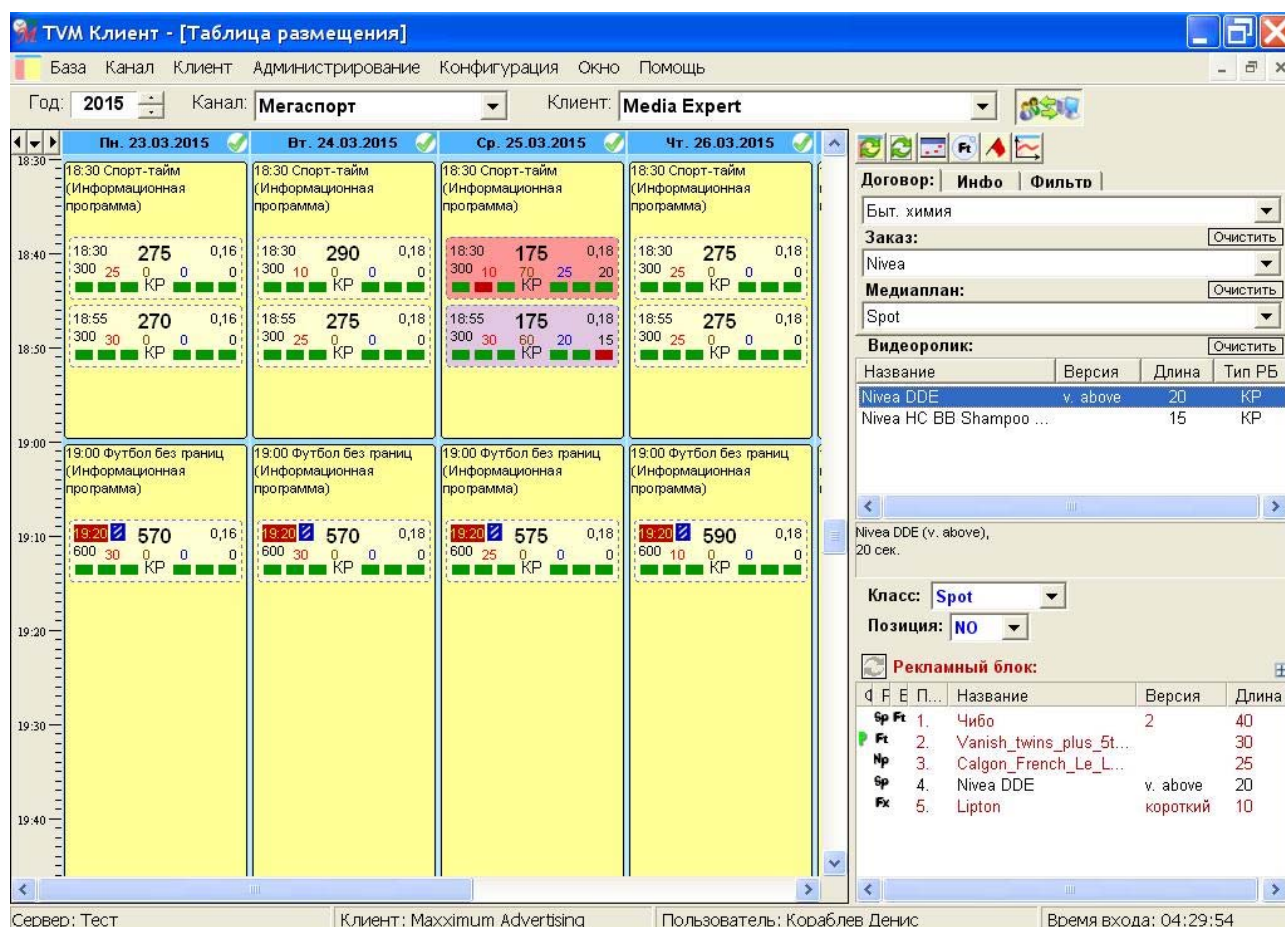


Рисунок 38.2. Информационная панель таблицы размещения

В поле «Договор» отображаются договора текущего активного клиента за текущий активный год. При выборе одного из них в поле «Заказ» будут загружены все существующие заказы на текущий активный канал в рамках этого договора. При выборе одного из заказов в поле «Медиаплан» будут загружены все существующие медиапланы в рамках этого заказа. При выборе одного из медиапланов в таблице «Видеоролик» автоматически станут доступными все видеоролики из выбранного медиаплана с информацией о их названиях, версиях, длительностях (в секундах / символах), и привязками к своему типу рекламного блока. Щелкая левой кнопкой мыши по колонкам таблицы видеороликов, можно изменять порядок сортировки находящихся в ней видеороликов. Кроме того, Программа допускает также изменение ширины колонок этой таблицы. Для этого необходимо поместить курсор на границу колонки, нажать левую кнопку мыши и, не отпуская её, передвинуть границу в новую позицию. При щелчке левой кнопкой мыши на одном из видеороликов таблицы, этот видеоролик будет выделен. При этом, внизу под таблицей в специальной области будет отображено полное наименование выбранного видеоролика, включая его название, версию и хронометраж (см. рис. 38.2).

При нажатии кнопок «Очистить» напротив подписей «Заказ:», «Медиаплан:» и «Видеоролик:» произойдёт отмена выделения текущего заказа, медиаплана и видеоролика соответственно.

Поле «Класс» позволяет задать класс размещения видеороликов. Для заказов типа GRP доступны классы размещения Fix, Float и Npr, а для заказов типа Spot и Spot-minute доступен только класс размещения Spot. Эти классы различаются между собой приоритетом и стоимостью размещения, и по общему правилу видеоролики с большим классовым приоритетом при нехватке места в рекламном блоке вытесняют размещённые в нём видеоролики с меньшим классовым приоритетом (но конкретная схема вытеснения устанавливается в опциях серверной части Программы и может отличаться от этого общего правила). Самыми высокими классами размещения являются Spot и Fix (в некоторых схемах вытеснения – наравне, а в некоторых – Spot ещё выше, чем Fix), а самым низким – Npr. Float есть промежуточным плавающим классом, который вытесняет Npr, но не может вытеснить Fix и Spot.

Поле «Позиция» позволяет указать фиксированную позицию, на которую необходимо размещать видеоролики. Если в окне находится значение «NO», это означает, что видеоролик не будет иметь фиксированной позиции. Другими возможными вариантами могут быть значения «+1F», «+2F», «+3F», «1B+», «2B+», «3B+» (первый, второй, третий с начала, первый, второй, третий с конца соответственно). Доступ к фиксации видеороликов по отдельным позициям для некоторых пользователей может быть закрыт их правами доступа. В таком случае эти фиксированные позиции будут физически отсутствовать в списке.

Поле «Рекламный блок» представляет собой таблицу, которая описывает последовательность выхода в эфир видеороликов в выбранном рекламном блоке, причём последовательность видеороликов в таблице строго соответствует последовательности их выхода в рекламном блоке. Каждая из колонок таблицы имеет настраиваемую ширину, а сверху таблицы справа находится кнопка  для сброса ширины всех колонок таблицы в значения по умолчанию.

Закладка «Инфо» в информационной панели таблицы размещения предназначена для информирования пользователя об объёмах и стоимостях текущего активного медиаплана. До тех пор, пока в закладке «Договор» не выбран ни один из доступных медиапланов, в закладку «Инфо» ничего не отображается. Как только в поле «Медиаплан» будет выбран текущий активный медиаплан, информация о нём отобразится и в закладке «Инфо» (см. рис. 38.3).

В частности, в ней расположены условные иконки, за которыми следуют числовые значения. Красная иконка информирует о доступном для размещения объёме текущего активного заказа, жёлтая – о текущем размещённом объёме активного медиаплана, а синяя – о планируемом объёме текущего активного медиаплана. Под иконкой с деньгами указана общая стоимость текущей размещённой части медиаплана. Поскольку в примере на рис. 38.3 показан заказ типа GRP, числовые значения объёмов соответствуют рейтингам и отображаются отдельно по классам размещения Fix (маркер ) , Float (маркер ) и Npr (маркер ) . Для заказов типа Spot и Spot-minute они будут указаны в

секундах / символах и только по одному классу – Spot (маркер **Sp**). Как видно из примера, в текущем заказе GRP можно ещё разместить 11,99 рейтингов по классу размещения Fix, 10 рейтингов по классу Float и 5 рейтингов по классу Npr. В текущем активном медиаплане размещено только 3,01 рейтинга по классу Fix при планируемом размещении в 15 рейтингов. По классам Float и Npr ничего не размещено и не должно быть размещено согласно плану. Общая сумма размещённой части медиаплана составляет 327,3 USD (валюту медиаплана при необходимости можно посмотреть в окне договоров).

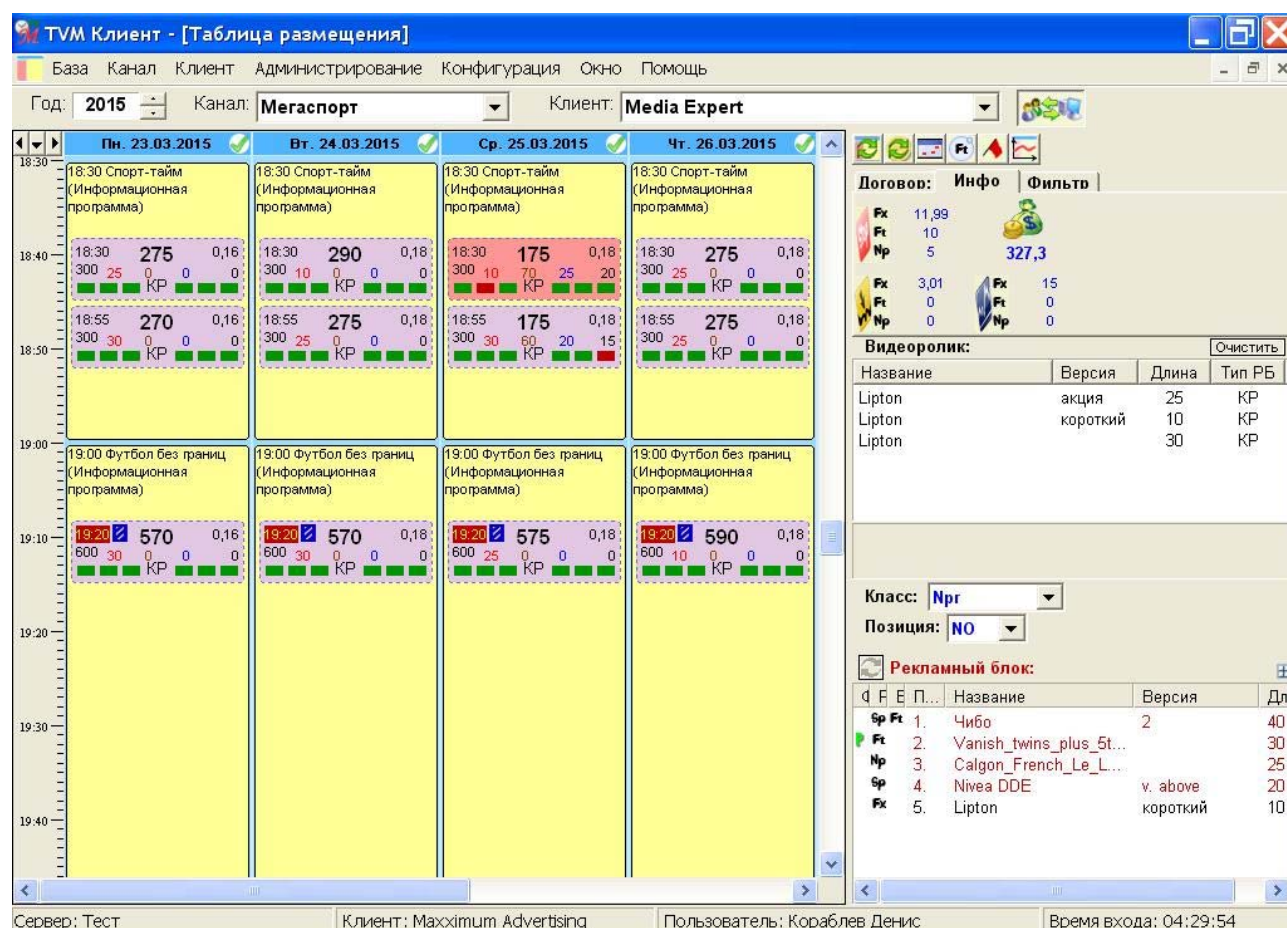


Рисунок 38.3. Закладка «Инфо» в информационной панели

Закладка «Фильтр» в информационной панели таблицы размещения предназначена для просмотра и управления комбинацией отображаемых типов рекламных блоков в таблице размещения, а также для просмотра и управления целевой аудиторией, по которой отображаются рейтинги в таблице размещения (см. рис. 38.4). При выборе отдельных типов рекламных блоков на закладке «Фильтр» они немедленно отображаются в таблице размещения, также как и при смене текущей целевой аудитории немедленно изменяются значения всех её рейтингов.

Особенностью таблицы размещения есть то, что при выборе в её информационной панели активного заказа автоматически изменяется фильтр отображения в таблице размещения того типа рекламных блоков и той целевой аудитории, к которым привязан текущий активный заказ (см. рис. 38.4). При отмене выбора текущего активного заказа (например, нажатии на кнопку

«Очистить», смене договора или перегрузки всех договоров) состояние фильтра таблицы размещения восстанавливается в то значение, которое существовало до автоматической его смены.

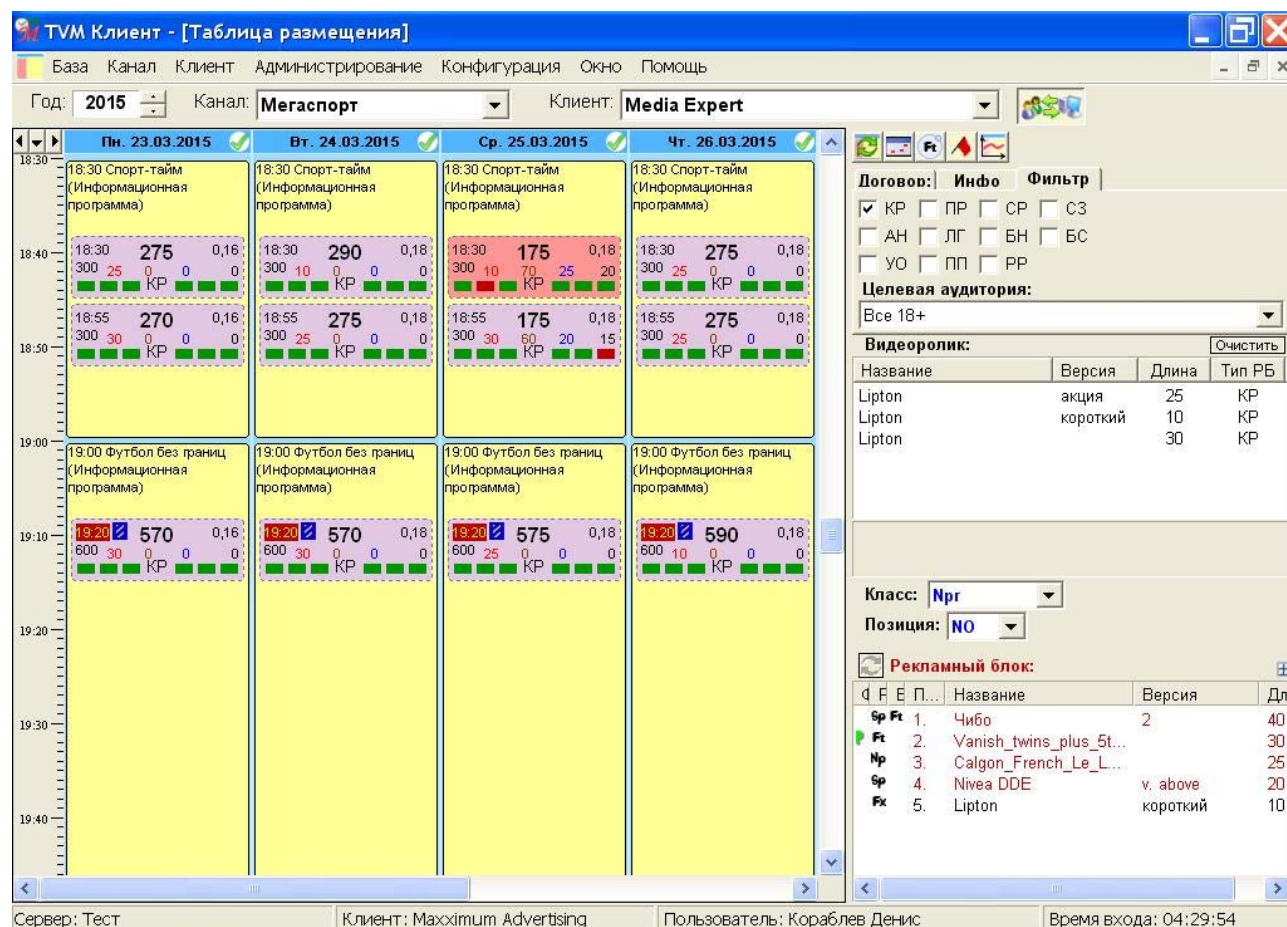


Рисунок 38.4. Закладка «Фильтр» в информационной панели

В верхней части информационной панели таблицы размещения находится ряд кнопок, управляющих режимами отображения таблицы и выполняющие некоторые действия над ней. Количественный состав этих кнопок может изменяться в зависимости от некоторых условий и составляет от 5 до 7 кнопок.

Кнопка принудительного обновления таблицы размещения  отображается в информационной панели всегда и позволяет перегрузить с сервера содержимое таблицы размещения на текущую неделю. Это может быть полезным при возникновении пауз в работе с таблицей размещения в условиях многопользовательской среды (когда таблица размещения может изменяться одновременно несколькими пользователями) для того, чтобы актуализировать последнее состояние таблицы перед продолжением работы с ней.

Кнопка принудительного обновления списка договоров  появляется в информационной панели только при активной закладке «Договор» и позволяет перегрузить с сервера список договоров текущего активного клиента на текущий активный год. Это может быть полезным при горячем добавлении в базу данных нового договора в тот момент, когда у пользователя уже открыта таблица размещения, для того, чтобы новый договор попал в список договоров

текущего активного клиента. Кроме того, эта кнопка позволяет принудительно отменить выбор текущего активного договора в информационной панели.

Кнопка принудительного обновления текущих значений размещённых объёмов и стоимостей  появляется в информационной панели только при активной закладке «Инфо» и позволяет перегрузить с сервера текущие значения доступных объёмов текущего активного заказа, планируемых и размещённых объёмов текущего активного медиаплана, а также его текущей стоимости. Это может быть иногда полезным при одновременной работе с таблицей размещения многих пользователей, когда её содержимое изменяется независимо, для актуализации текущих значений объёмов и стоимости.

Кнопка режима подсветки активного медиаплана отображается в информационной панели всегда и имеет вид в отжатом состоянии , а при нажатии изменяется на . При выборе в информационной панели текущего активного медиаплана, при условии, что переключатель режима подсветки медиаплана находится в отжатом положении, все блоки, содержащие хотя бы один видеоролик из данного медиаплана, подсвечиваются особым цветом (по умолчанию – сиреневым, хотя это зависит от настроек цветовой схемы), предоставляя таким образом пользователю возможность визуально контролировать присутствие медиаплана в разных рекламных блоках на всей неделе (см. рис. 38.4). Если переключатель режима подсветки медиаплана находится в нажатом состоянии, подсвечиваются только те рекламные блоки, которые содержат текущий активный видеоролик, размещённый в рамках текущего активного медиаплана.

Кнопка подсветки рекламных блоков с видеороликами указанного класса вытеснения отображается в информационной панели всегда, имеет один из четырёх возможных видов ( для Spot,  для Fix,  для Float или  для Npr) и может находиться в нажатом или отжатом состоянии. Если эта кнопка находится в нажатом состоянии, то в зависимости от её вида все рекламные блоки таблицы размещения, в которых присутствуют видеоролики с соответствующим классом вытеснения, подсвечиваются особым цветом (см. рис. 38.5). Для переключения вида кнопки и, соответственно, подсвечиваемого класса вытеснения, необходимо щёлкнуть по ней правой кнопкой мыши. При этом кнопка будет последовательно переключаться по кругу между своими видами Spot – Fix – Float – Npr. По умолчанию кнопка имеет вид .

Кнопка подсветки рекламных блоков с конфликтами фиксации и разведения видеороликов  отображается в информационной панели всегда и позволяет подсветить особым цветом в таблице размещения все рекламные блоки, в которых имеются конфликты фиксации или разведения видеороликов.

Конфликт фиксации видеоролика – это позиционирование видеоролика, размещённого с закреплением на фиксированной позиции, не на своей фиксированной позиции. Такое может произойти, когда разместить видеоролик на указанной фиксированной позиции не представляется возможным (например, позиция +3F третий с начала, а в рекламном блоке размещено всего

два видеоролика) или когда порядок следования видеороликов в рекламном блоке был принудительно изменён пользователем (имеющим соответствующие права доступа).

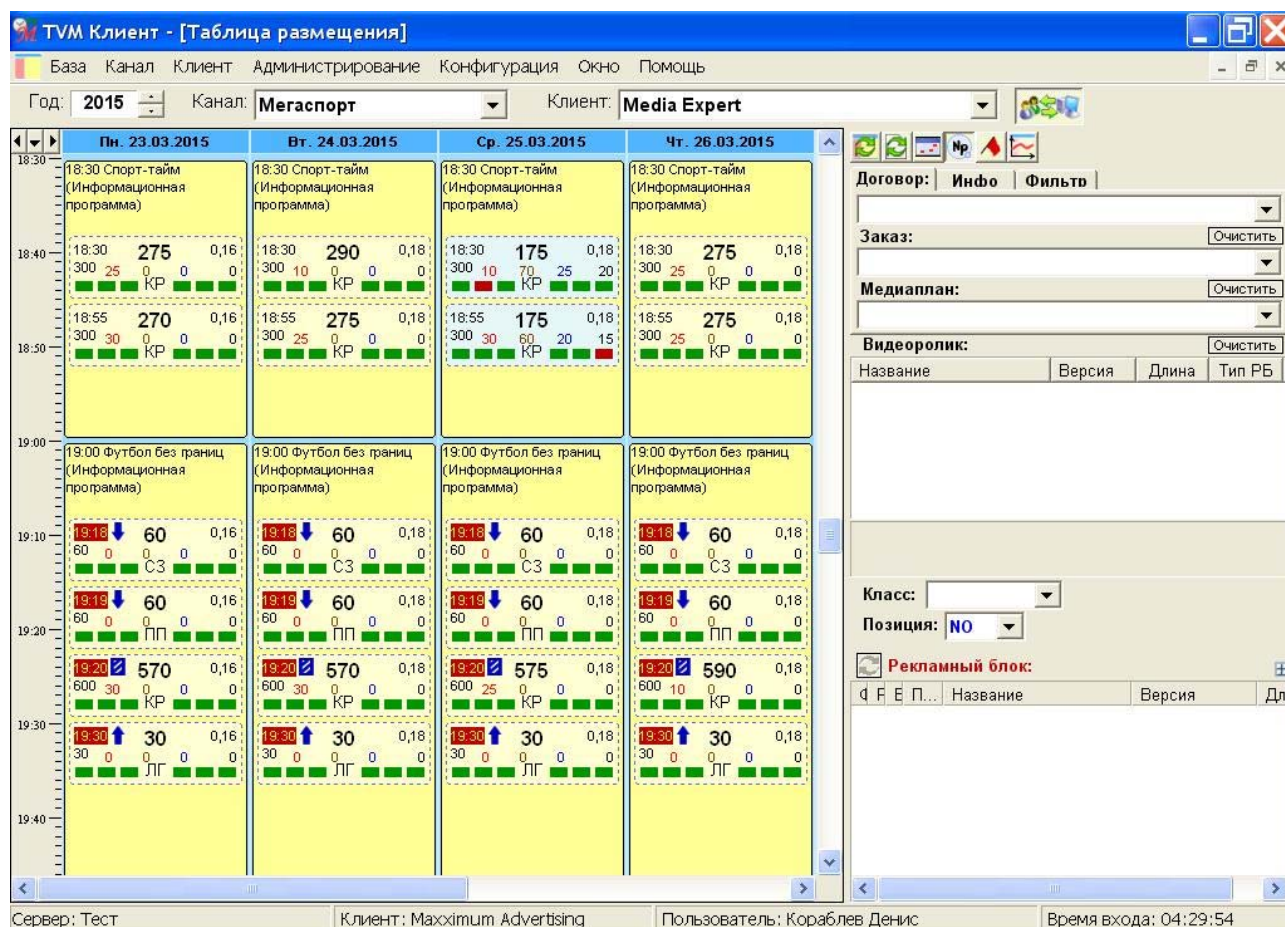


Рисунок 38.5. Подсветка рекламных блоков с вытеснением Npr

Конфликт разведения видеороликов – это такое позиционирование видеороликов в рекламном блоке, когда рядом оказываются два одинаковых видеоролика, или два видеоролика с одинаковыми рекламодателями, или два видеоролика с одинаковыми классами товаров. Такое может произойти, когда автоматически перемешать видеоролики в рекламном блоке не представляется возможным или когда порядок следования видеороликов в рекламном блоке был принудительно изменён пользователем.

При нажатии на кнопку подсветки рекламных блоков с конфликтами фиксации и разведения видеороликов  Программа отобразит все рекламные блоки (см. рис. 38.6), в которых имеются конфликты фиксации – одним цветом (в цветовой схеме по умолчанию – ярко-зелёным), а все рекламные блоки, в которых имеются конфликты разведения – другим цветом (в цветовой схеме по умолчанию – сине-зелёным). При этом, если в рекламном блоке имеются оба вида конфликтов, то он будет отображён в цвете конфликта фиксации.

Кнопка выбора режима таблицы размещения  отображается в информационной панели всегда и позволяет переключать таблицу размещения между прогнозным и фактическим вариантами. В её отжатом состоянии она

имеет вид  и включает режим отображения прогнозной таблицы размещения (состояние по умолчанию). В нажатом состоянии эта кнопка имеет вид  и включает режим отображения фактической таблицы размещения.

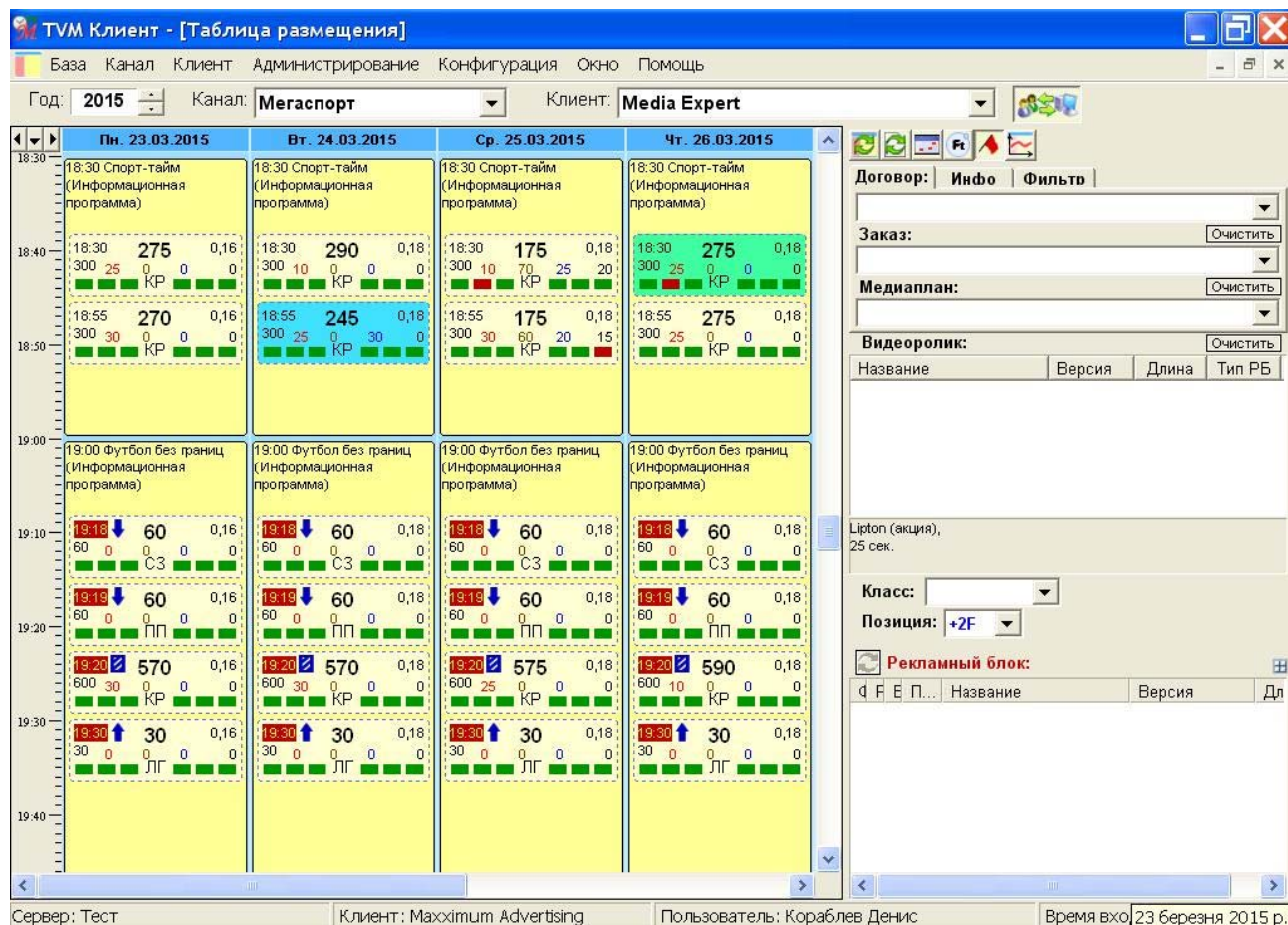


Рисунок 38.6. Подсветка рекламных блоков с конфликтами размещения

6.5. Просмотр содержимого рекламного блока

Чтобы просмотреть содержимое рекламного блока, достаточно выделить этот рекламный блок в таблице размещения (щелчком левой кнопки мыши). В результате такой блок подсветится определённым цветом (бледно-красным в цветовой схеме по умолчанию), а в поле «Рекламный блок» информационной панели отобразится его содержимое: размещённые видеоролики в порядке их выхода в эфир.

При этом, в рекламном блоке могут быть видны только видеоролики из текущего активного медиаплана или все видеоролики, находящиеся в рекламном блоке (в зависимости от настроек конфигурации). Видеоролики текущего медиаплана отображаются чёрным шрифтом, а видеоролики из других медиапланов отображаются красным шрифтом. Кроме того, если у пользователя нет соответствующих прав чтения чужих видеороликов и фактической таблицы размещения, то все чужие видеоролики, не

принадлежащие к текущему активному медиаплану, будут иметь условное название *(*** видеоролик)* (см. рис. 38.7).

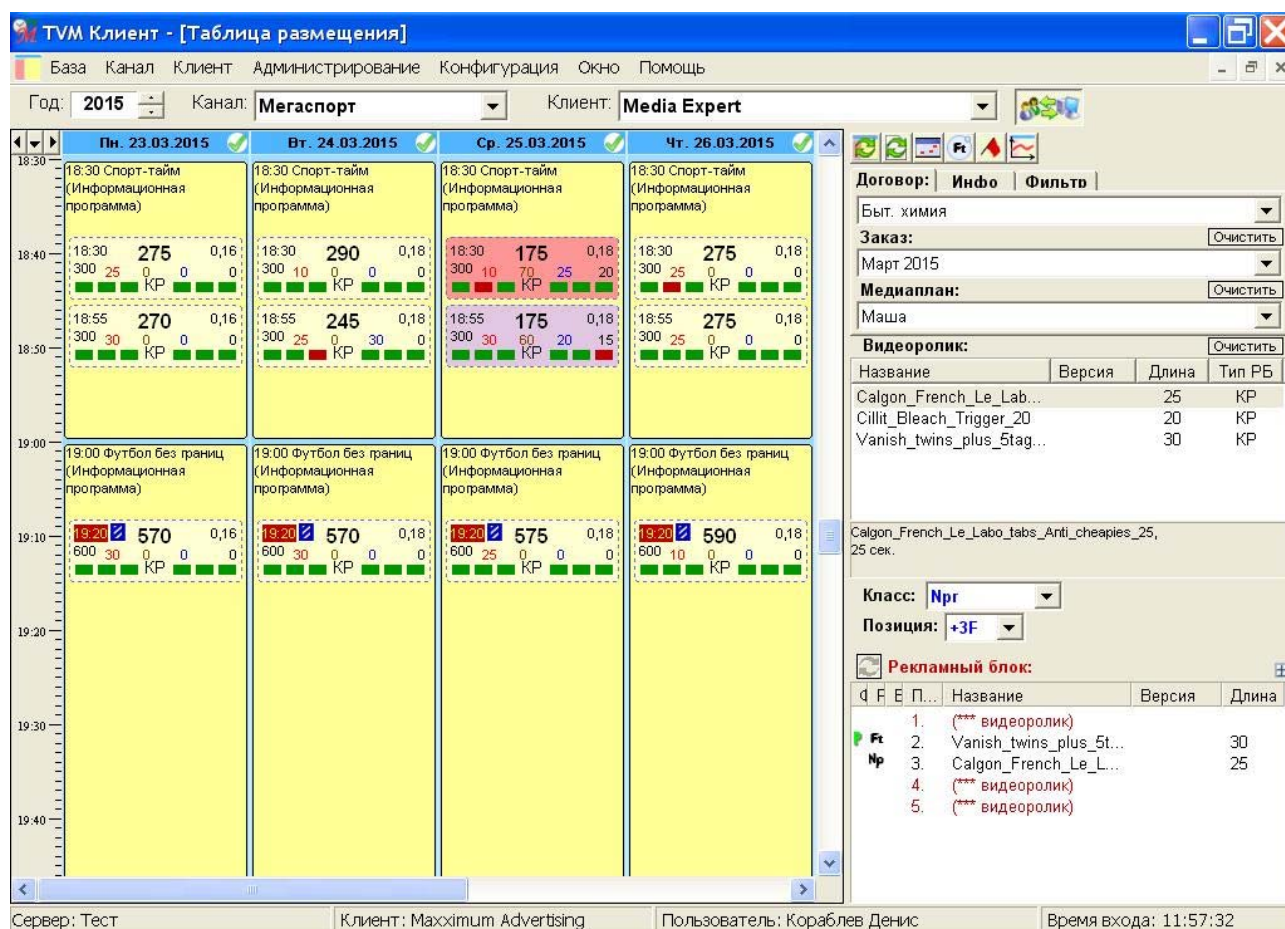


Рисунок 38.7. Отображение чужих видеороликов в рекламном блоке

Поле «Рекламный блок» представляет собой таблицу, состоящую из определённого количества колонок: «Флаги», «Размещение», «Вытеснение», «Название», «Версия» и «Длина». Каждая из колонок таблицы имеет настраиваемую ширину, а сверху таблицы справа находится кнопка для сброса ширины всех колонок таблицы в значения по умолчанию.

Колонка «Флаги» содержит специальные маркеры размещений. Если видеоролик закреплён на фиксированной позиции, на которой он в данный момент и находится, то в колонке присутствует маркер фиксированной позиции . В ситуации, когда видеоролик физически невозможно поместить на фиксированную позицию, на которой он должен находиться (например, позиция «третий с начала», а видеоролика только два в рекламном блоке), то маркер фиксированной позиции имеет вид . Если в рекламном блоке по соседству находятся одинаковые видеоролики или видеоролики одного рекламодателя, или видеоролики с одинаковыми классами товаров, колонка «Флаги» таких видеороликов содержит также специальные маркеры конфликта перемешивания.

Колонка «Размещение» содержит маркеры классов размещения видеороликов: — для класса размещения Spot, — для Fix, — для Float, — для Npr.

Колонка «Вытеснение» содержит маркеры классов вытеснения видеороликов: **fx** – для класса вытеснения Fix, **ft** – для Float, **fp** – для Npr. Она используется только в том случае, если класс вытеснения видеоролика не совпадает с классом его размещения. Таким образом, эта колонка содержит маркеры только для видеороликов, которые размещены в рамках заказов Spot или Spot-minute, и при этом для этих заказов класс вытеснения указан отличным от Spot. Для заказов GRP, у которых класс размещения всегда совпадает с классом вытеснения, а также для заказов Spot и Spot-minute с классом вытеснения Spot в этой колонке ничего не отображается.

Колонки «Название», «Версия» и «Длина» содержат соответственно название, версию и хронометраж размещённого видеоролика.

В фактических таблицах размещения в поле «Рекламный блок» между колонками «Флаги» и «Размещение» появляется дополнительная колонка, в которую отображаются индивидуальные рейтинги каждого размещённого видеоролика. При этом, если в настройках конфигурации клиентской части Программы указано отображать взвешенные рейтинги видеороликов, то колонка имеет название «wGRP». Если же в настройках указано отображать исходные рейтинги видеороликов, то колонка имеет название «grp%».

6.6. Размещение и снятие видеороликов в рекламных блоках

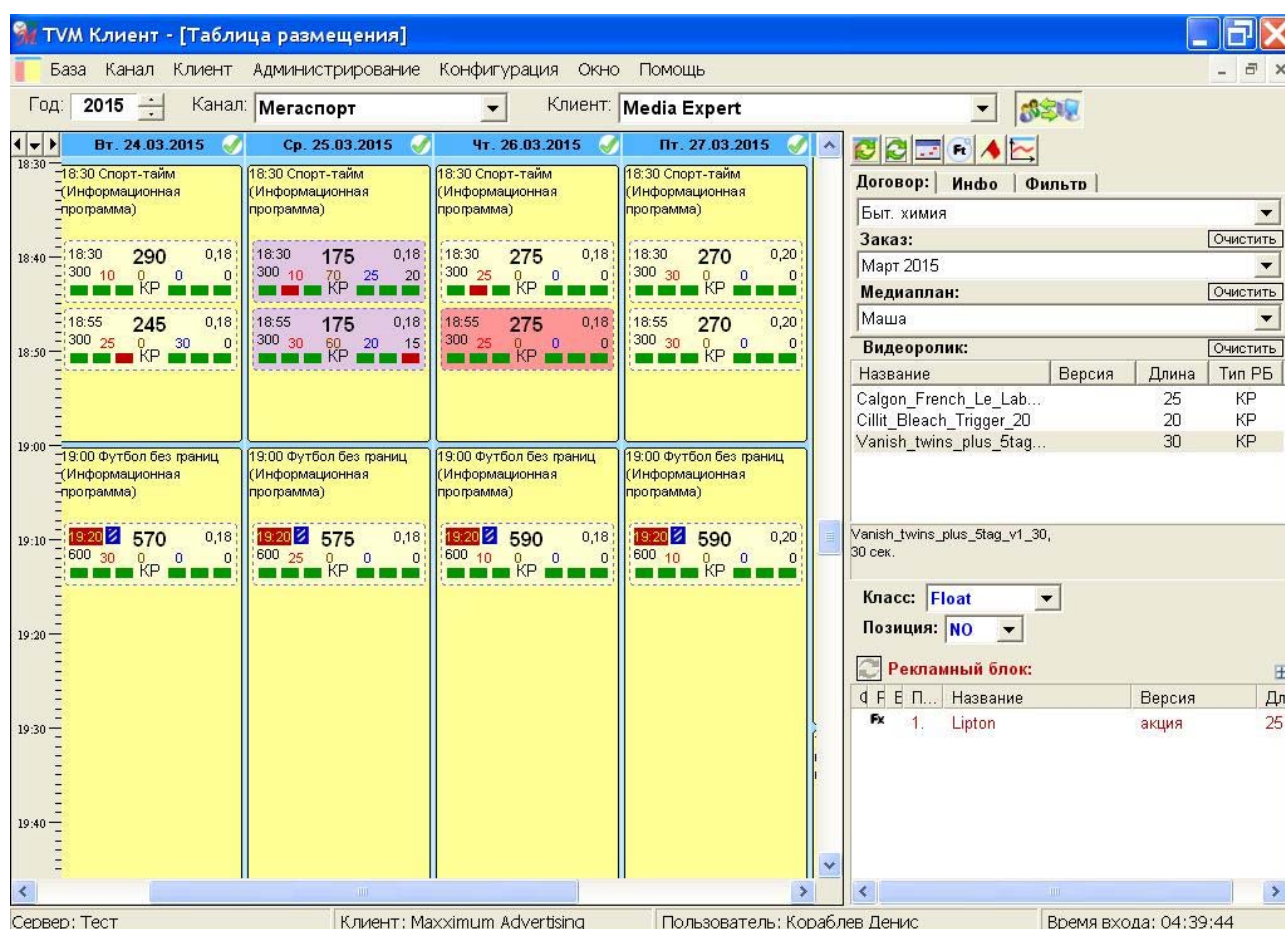


Рисунок 38.8. Размещение нового видеоролика в рекламный блок

Для размещения нового видеоролика в рекламный блок прогнозной таблицы размещения необходимо, переключившись в закладку «Договор» на информационной панели, выбрать необходимый договор, заказ, медиаплан, видеоролик, класс размещения и, если требуется, фиксированную позицию ролика в рекламном блоке. При этом, после выбора заказа в таблице размещения автоматически будут отображены рейтинги той целевой аудитории и рекламные блоки того типа, к которым привязан данный заказ. А после выбора медиаплана в заголовке таблицы размещения появятся индикаторы, показывающие доступность (☑) или недоступность (☒) дней для размещения по данному медиаплану (см. рис. 38.8).

После этого следует дважды щёлкнуть левой кнопкой мыши по рекламным блокам, в которые необходимо добавить выбранный видеоролик. Если размещение возможно, видеоролик появится в блоке.

На примере (см. рис. 38.8) показано, что для внесения изменений выбран рекламный блок общей длительностью 300 секунд, находящийся в середине телепередачи «Спорт-тайм» и содержащий пока только 1 видеоролик.

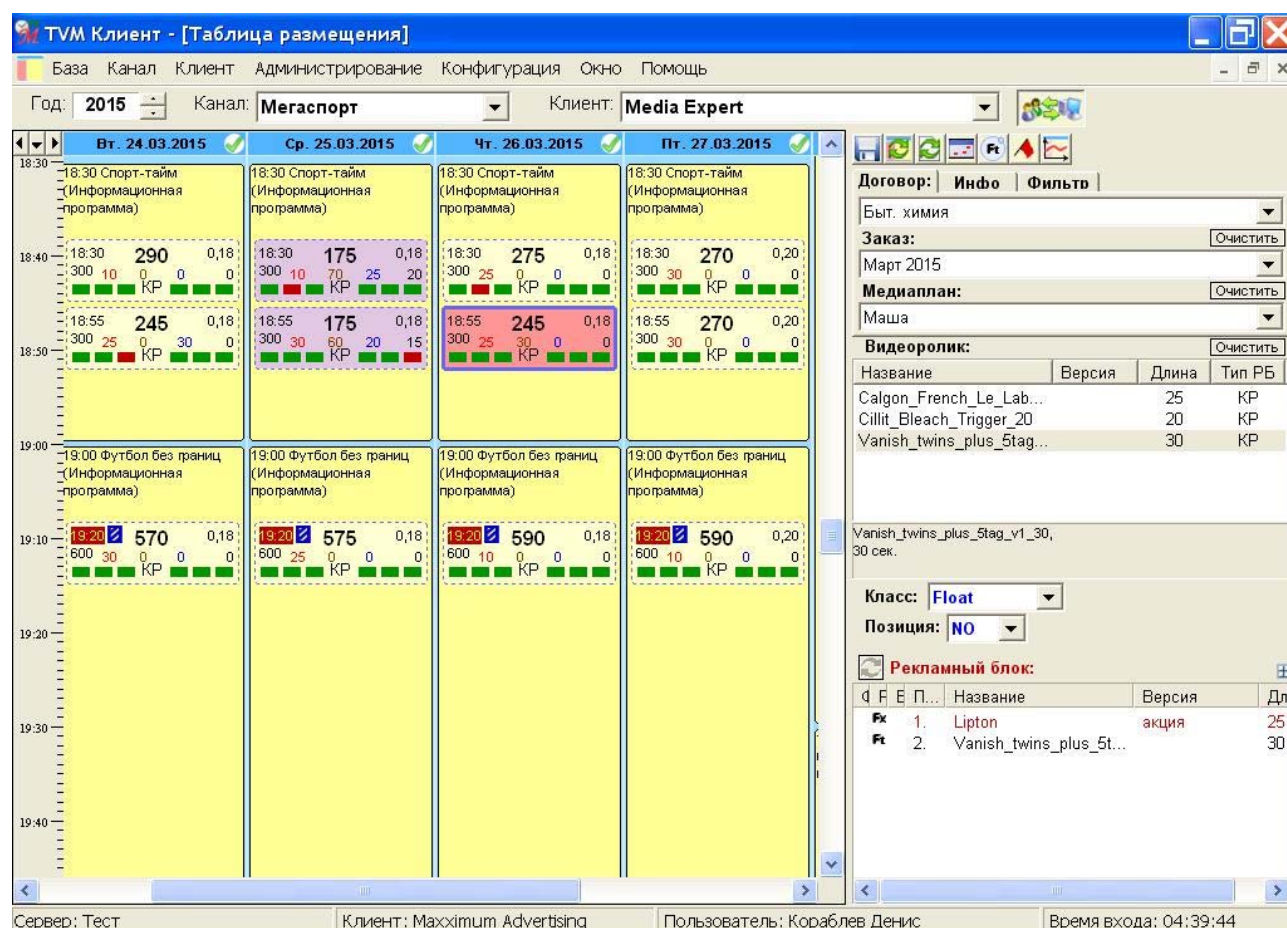


Рисунок 39. Результат размещения видеоролика в блоке

При успешном размещении нового видеоролика в рекламный блок вокруг этого рекламного блока появится рамка синего цвета, которая говорит о том, что рекламный блок был изменён, и изменения ещё не сохранены в базе данных сервера (если не включена опция автоматического сохранения изменений таблицы размещения). Также свободная длительность рекламного блока

сократится на длительность размещённого видеоролика, с учётом установленных в системе начальных и конечных шапок, а также межроликовых перебивок (в примере на рис. 38.8 длительность рекламного блока – 30 секунд, начальные шапки, конечные шапки и межроликовые перебивки не установлены). В поле «Рекламный блок» информационной панели появится запись, отображающая факт размещения нового видеоролика в рекламный блок (см. рис. 39).

Кроме того, среди кнопок информационной панели появится кнопка , при нажатии на которую изменённая таблица размещения будет сохранена на сервере. Если же в настройках клиента выбрана опция «Автоматически сохранять таблицу размещения», то после каждого изменения рекламного блока его содержимое будет немедленно записываться в базу данных сервера, и кнопка сохранения  появляться не будет.

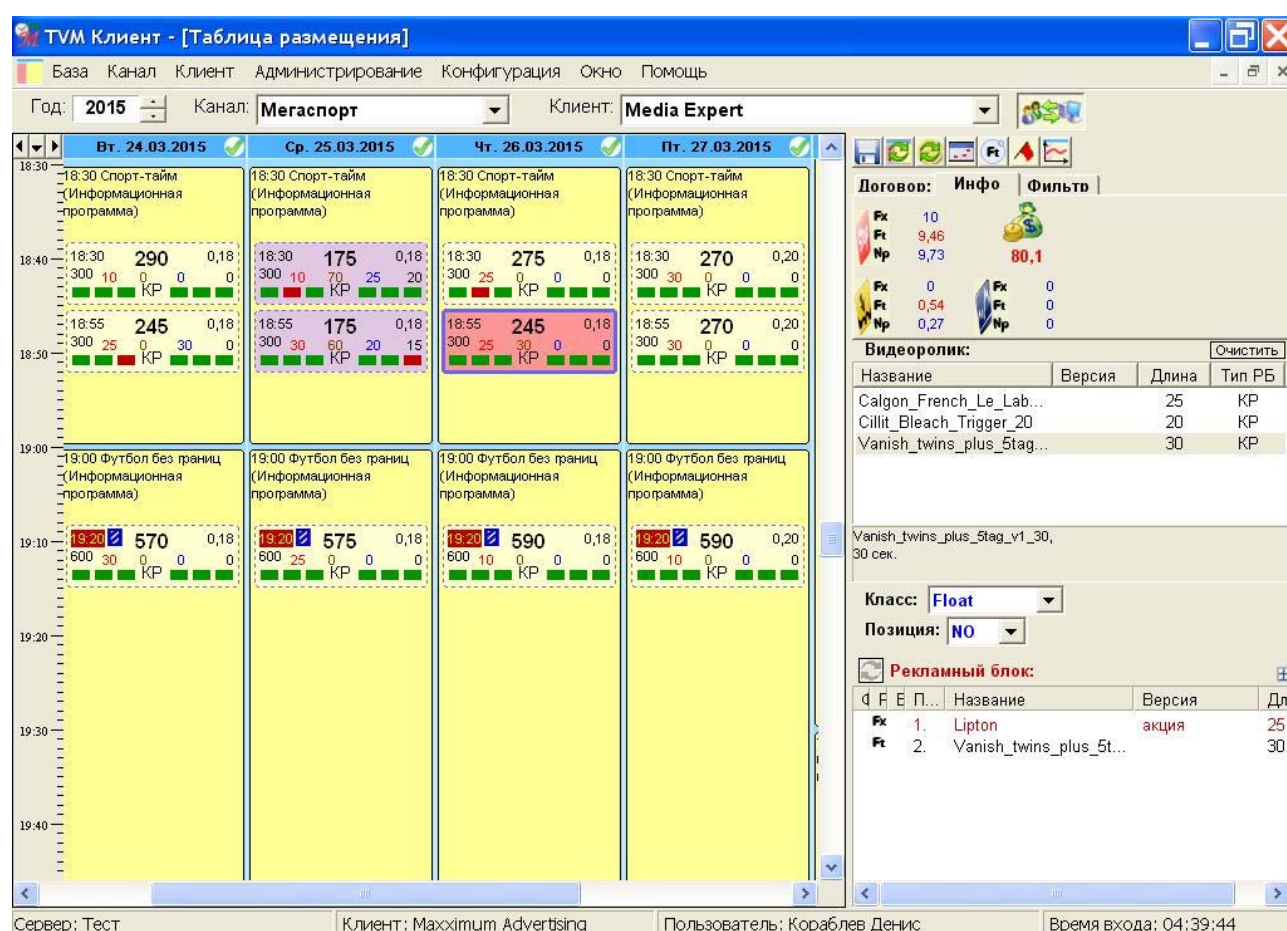


Рисунок 39.1. Содержимое закладки «Инфо» при размещении видеороликов

Следует также отметить, что при добавлении нового видеоролика в рекламные блоки «коммерческая реклама», «политическая реклама», «социальная реклама», «региональная реклама» и «партнёр показа» Программа вставляет этот видеоролик на случайную позицию в рекламный блок (но не сдвигая при этом те видеоролики, которые закреплены на фиксированных позициях). Кроме того, после добавления или снятия видеоролика в рекламные блоки этих типов Программа также автоматически перемешивает видеоролики

в рекламном блоке таким образом, чтобы рядом не было, по возможности, двух одинаковых видеороликов, видеороликов одного и того же рекламодателя и видеороликов одного и того же класса товара. При этом, видеоролики с фиксированной позицией имеют приоритет и, если это возможно, всегда размещаются на своих фиксированных позициях.

Если при размещении видеоролика переключиться на закладку «Инфо» информационной панели, можно проконтролировать значения доступных и занятых объёмов по данному заказу и медиаплану, а также текущую стоимость размещений в медиаплане (см. рис. 39.1). Числовые значения красного цвета на ней соответствуют информации, не подтверждённой на сервере (т.е. Программа сама рассчитала значения объёмов и стоимостей, но реально они могут не соответствовать значениям в базе данных в случае одновременного размещения многих пользователей). Числовые значения синего цвета соответствуют информации, переданной с сервера (т.е. достоверной на момент передачи). Если после размещения видеоролика в режиме отложенного сохранения нажать на кнопку сохранения , то в момент сохранения размещений будет обновлена информация о доступных и занятых объёмах, после чего числа станут синего цвета (см. рис. 39.2).

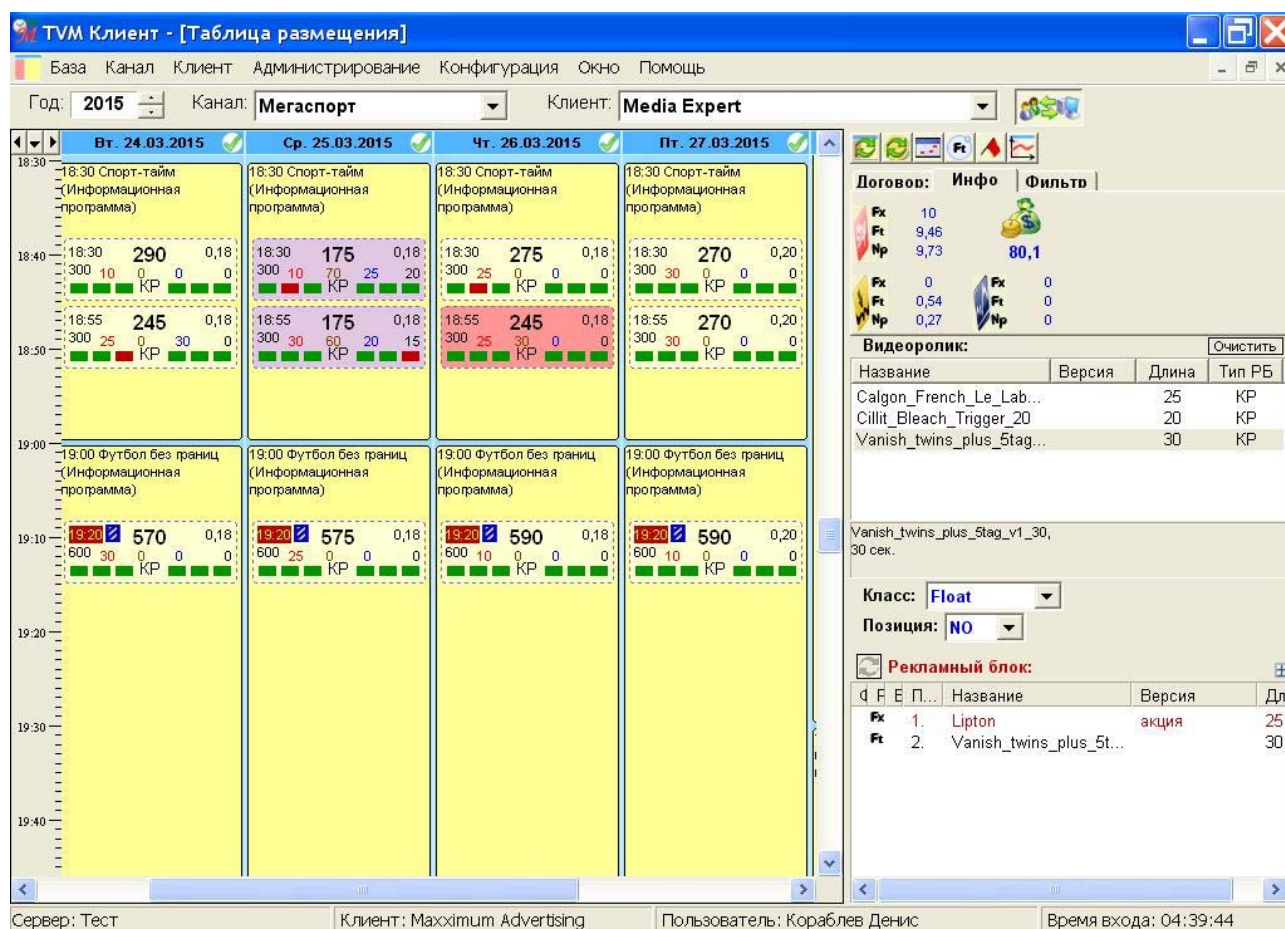


Рисунок 39.2. Подтверждение информации об объёмах и стоимости

Чтобы снять видеоролик с размещения, необходимо выделить рекламный блок, в котором он находится, после чего дважды щёлкнуть левой кнопкой мыши по этому видеоролику в поле «Рекламный блок». При этом невозможно

снять видеоролик, не доступный для просмотра, который отображается в варианте условного имени (***** видеоролик**).

6.7. Изменение последовательности видеороликов в рекламном блоке

Для пользователей, у которых имеется право перемешивания рекламных блоков, доступна функция изменения порядка следования видеороликов, размещённых внутри выделенного рекламного блока.

Для этого необходимо выделить видеоролик внутри рекламного блока, щёлкнув по нему левой кнопкой мыши. После этого следует нажать левую (или правую) кнопку мыши (курсор при этом изменится на прямоугольник) и, не отпуская кнопки, передвинуть видеоролик на новую позицию в рекламном блоке, после чего отпустить кнопку. Во время перемещения видеоролика в качестве подсказки под ним попарно будут подсвечиваться видеоролики, между которыми он будет вставлен при отпускании кнопки (см. рис. 39.3). Если при отпускании кнопки видеоролик попадает на первую позицию в блоке, будет подсвечиваться только первый видеоролик. Если при отпускании кнопки видеоролик попадает на последнюю позицию в блоке, будет подсвечиваться только последний видеоролик.

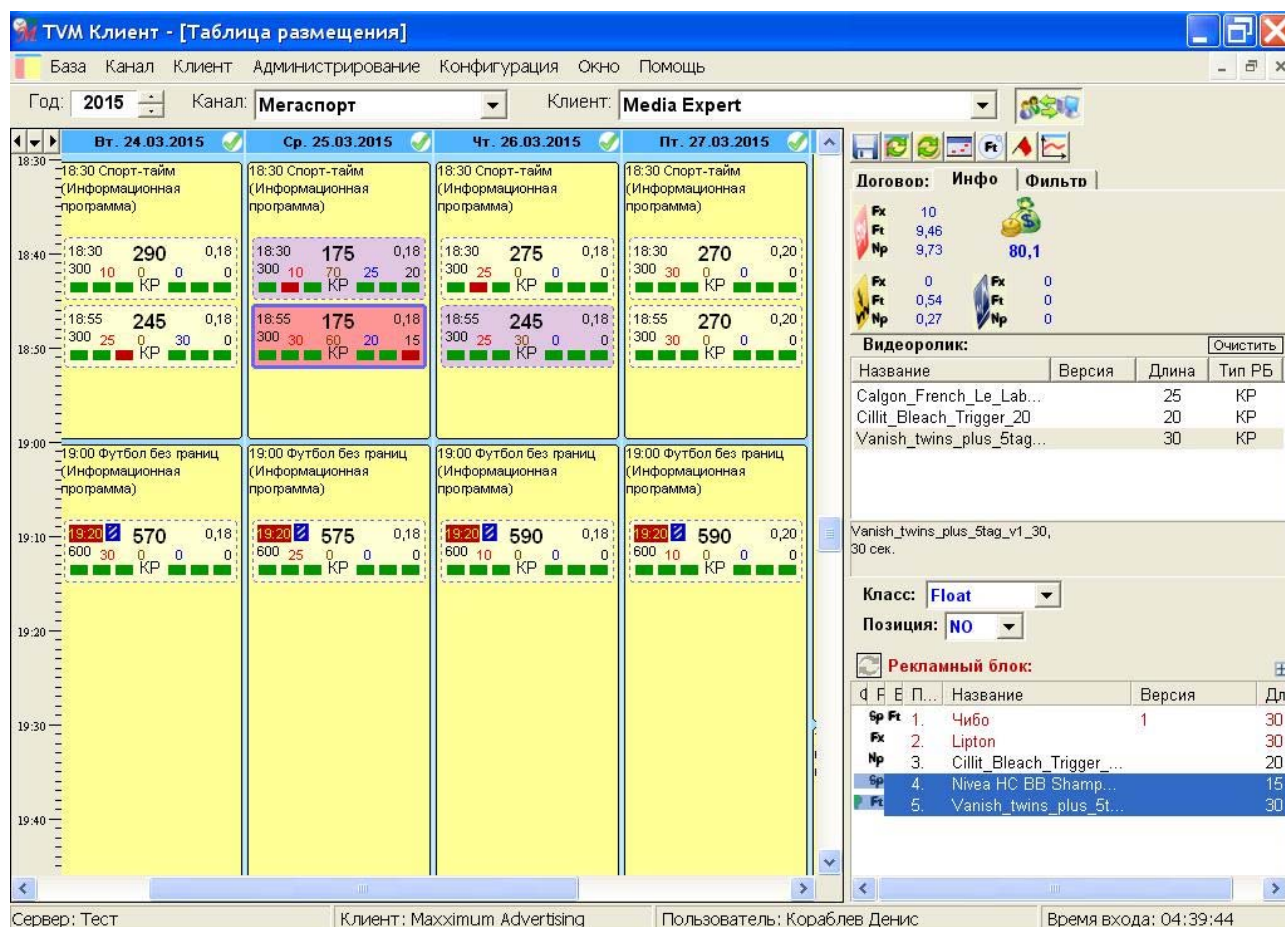


Рисунок 39.3. Перемещение видеоролика на новую позицию в блоке

Перемещение видеоролика может быть осуществлено в двух вариантах: с сохранением видеороликов на фиксированных позициях (при помощи левой кнопки мыши) и со сдвигом видеороликов на фиксированных позициях (при помощи правой кнопки мыши).

Если в результате ручного перемещения видеороликов в рекламном блоке появятся конфликты фиксации или разведения (см. рис. 39.4), и видеороликов в рекламном блоке больше двух, то будет подсвечена кнопка автоматического перемешивания рекламного блока , расположенная на информационной панели слева от надписи «Рекламный блок:». При нажатии на эту кнопку Программа автоматически перемешивает рекламный блок, попытавшись, если это возможно, устранить в нём конфликты фиксации и разведения видеороликов.

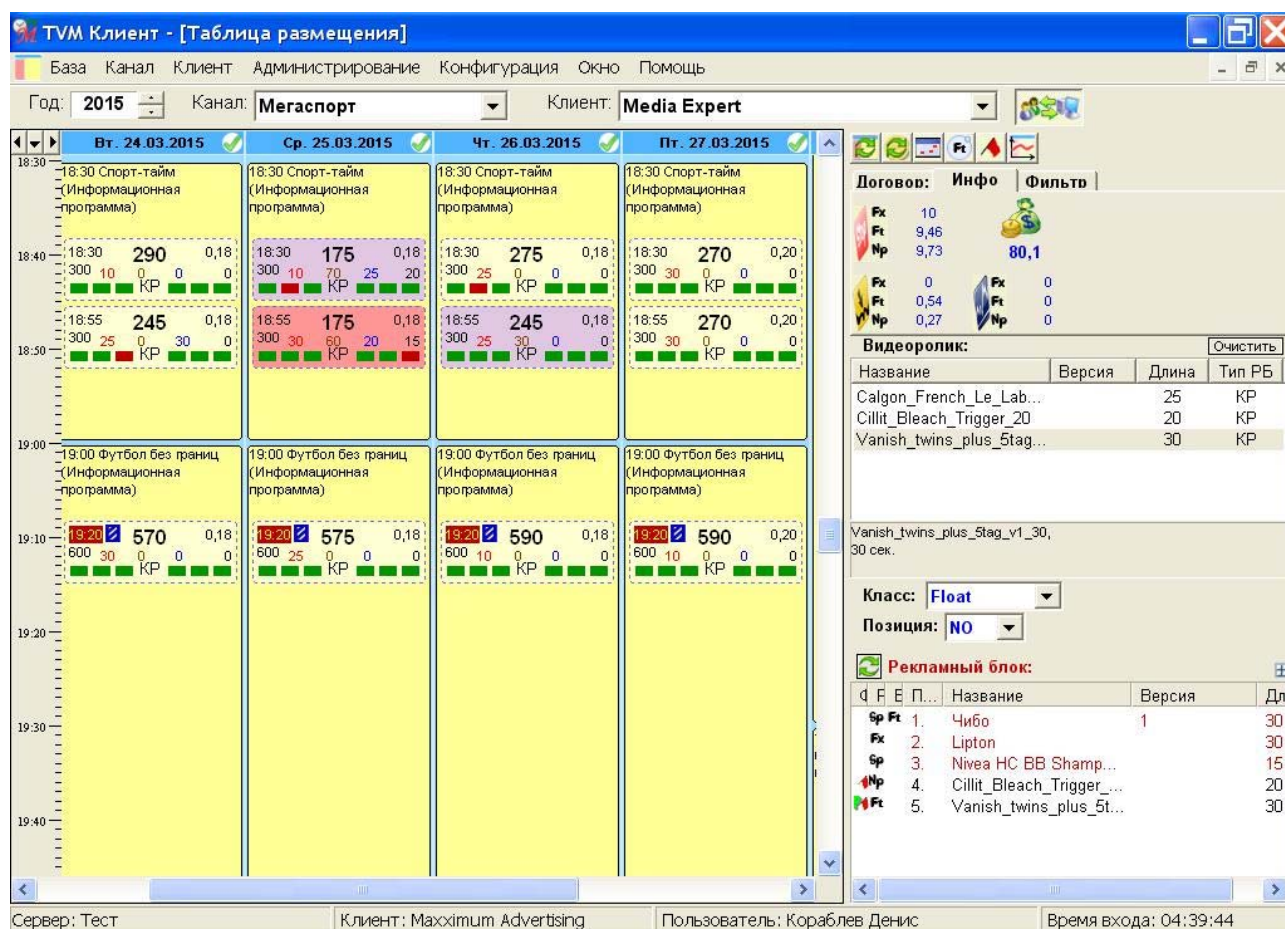


Рисунок 39.4. Рекламный блок с конфликтом разведения видеороликов

6.8. Редактирование прогнозных рейтингов в таблице размещения

Каждая таблица размещения содержит для каждого рекламного блока столько рейтингов, сколько целевых аудиторий поддерживает текущий телеканал. По умолчанию, при создании прогнозной таблицы размещения рейтинги по всем этим целевым аудиториям канала устанавливаются в нуль.

В рекламном блоке таблицы размещения в одно и то же время отображается только один рейтинг – по выбранной целевой аудитории, которая указана в закладке «Фильтр» её информационной панели (см. рис. 38.4).

Редактирование рейтингов в прогнозной таблице размещения возможно в ручном или пакетном режимах. Чтобы иметь возможность редактировать рейтинги, пользователь должен обладать правами изменения телевизионных сетей, таблиц размещения и рейтингов.

Для ввода рейтинга в ручном режиме, необходимо в таблице размещения выбрать требуемую целевую аудиторию, выделить рекламный блок, после чего щёлкнуть по нему правой кнопкой мыши. В ответ на это действие в рекламном блоке появится поле редактирования для ввода рейтинга (см. рис. 39.5). Необходимо ввести в это поле прогнозный рейтинг (отделяя целую и дробную часть тем символом-разделителем, который указан в настройках клиентской части Программы), после чего нажать на клавишу «Enter» для сохранения введённого рейтинга. Нажатие клавиши «Esc» отменяет ввод рейтинга и закрывает поле редактирования. Отменить ввод рейтинга можно также, отменив выделение рекламного блока или сменив выделенный рекламный блок.

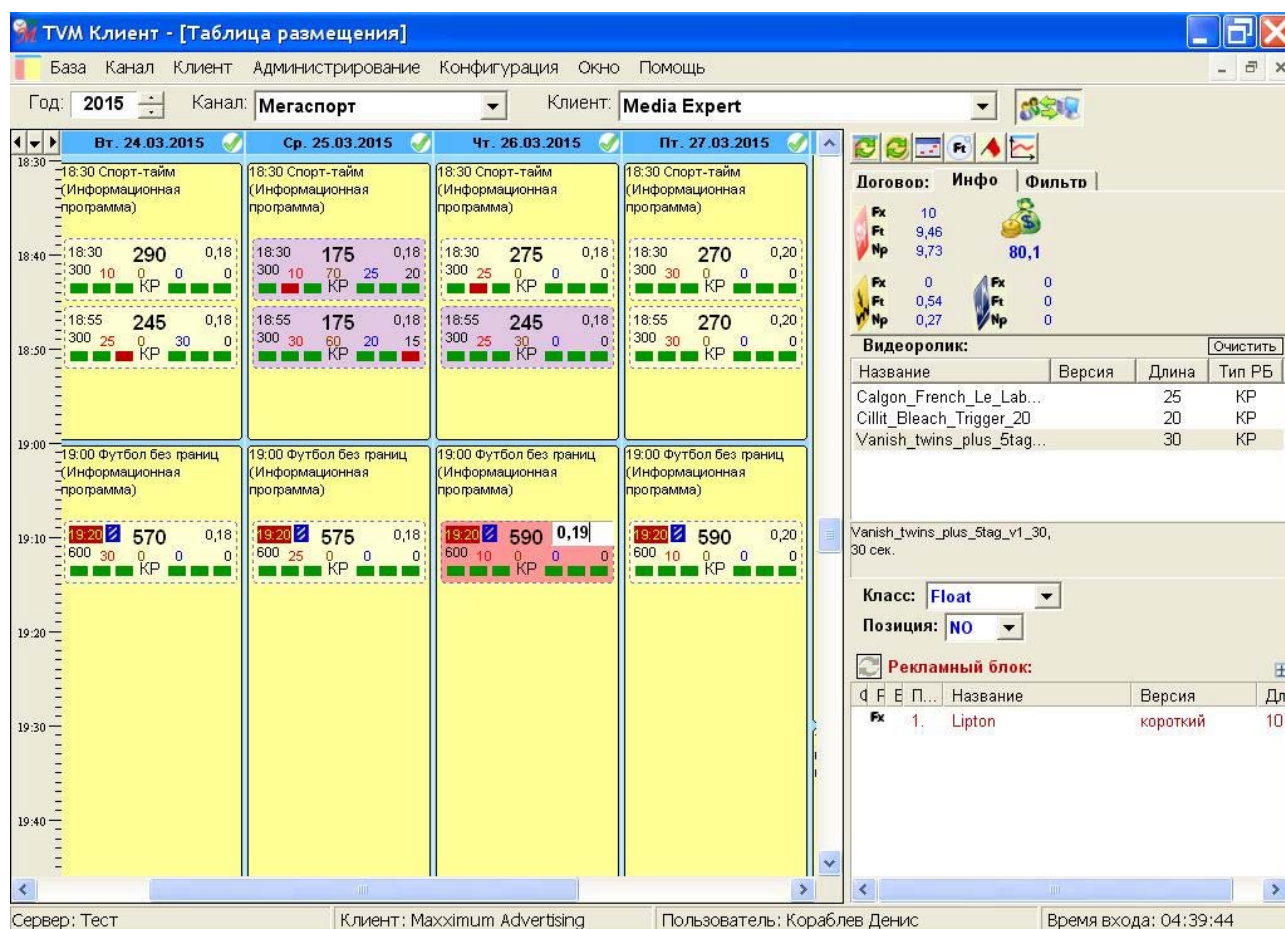


Рисунок 39.5. Редактирование прогнозного рейтинга рекламного блока

Вторым вариантом ввода рейтингов есть их импорт в пакетном режиме из файла формата электронных таблиц MS Excel (в максимальном варианте сразу на целую неделю). Чтобы ввести рейтинги в пакетном режиме, необходимо

загрузить таблицу размещения на требуемую неделю, выбрать требуемую целевую аудиторию, после чего выбрать в закладке меню «Клиент» пункт «Импорт рейтингов ...» либо нажать комбинацию горячих клавиш «Ctrl+G». В ответ на это действие на экране появится соответствующая форма (см. рис. 39.6).

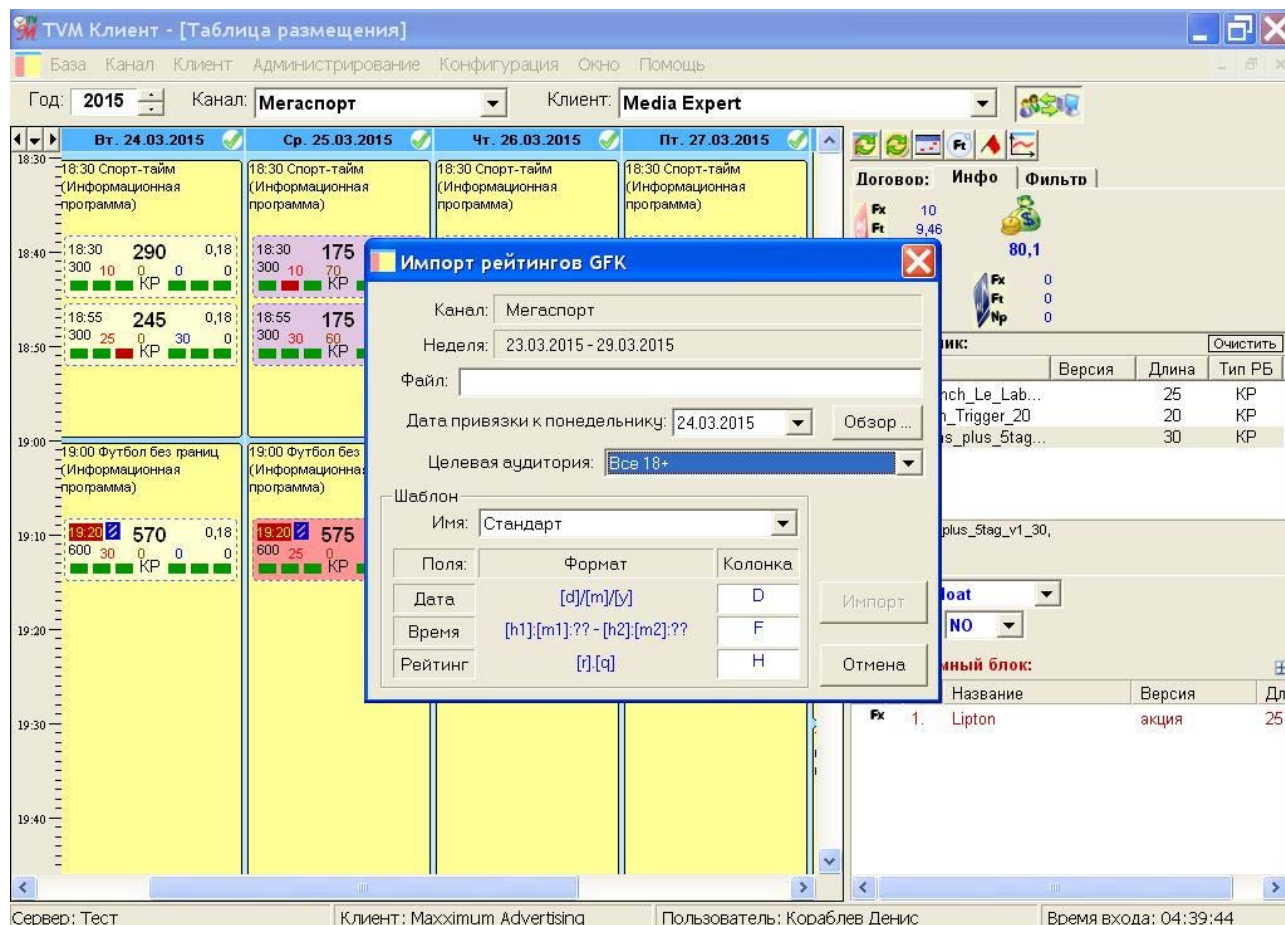


Рисунок 39.6. Импорт рейтингов из файла MS Excel

Необходимо указать в ней исходный файл формата MS Excel, дату привязки понедельника текущей недели таблицы размещения, шаблон структуры исходного файла (в текущей версии Программы доступен только шаблон «Стандарт») и номера колонок, где будут сосредоточены соответственно даты, время и значения рейтингов, после чего нажать кнопку «Импорт». После выполнения втягивания рейтингов из указанного файла на экране отобразится отчёт с информацией о количестве распознанных строк в файле, количестве пропущенных строк, а также количестве втянутых рейтингов в таблицу размещения.

Для успешного импорта файл с рейтингами должен соответствовать шаблону, т.е. выбранному формату представления даты, временного диапазона и значения рейтинга. Например, в шаблоне «Стандарт» дата должна быть представлена в формате «день/месяц/год» (например, «20/08/2012»), временной диапазон – в формате «час:минута:секунды – час:минута:секунды» (например, «08:00:00 – 09:00:00»), причем секунды значения не имеют, а рейтинг – в формате «целая часть.дробная часть» (например, «0.07»).

Дата привязки к понедельнику означает, какая дата в импортированном файле должна загрузиться на понедельник текущей таблицы размещения. В остальные дни недели таблицы размещения будут загружены, соответственно, строки из файла с датами последующих шести дней после даты привязки к понедельнику.

6.9. Создание фактических таблиц размещений

Фактические таблицы размещения содержат информацию о реальной, вышедшей в эфир, телевизионной сетке, о реальном содержании всех вышедших в эфир рекламных блоков и реальных рейтингах всех размещённых видеороликов.

Фактическая таблица размещения может как несущественно отличаться от прогнозной таблицы размещения на том же канале и на ту же неделю, так и быть совершенно на неё непохожей – никаких ограничений на степень схожести прогнозных и фактических таблиц не существует.

Вместе с тем, фактические таблицы размещения имеют некоторые особенности по сравнению с прогнозными.

Во-первых, фактическая таблица размещения может существовать только при условии, если имеется прогнозная телесетка на эту неделю (даже пустая), так как она создается на основе этой прогнозной телесетки.

Во-вторых, фактическая таблица размещения может формироваться не сразу на всю неделю, а постепенно, по отдельным её дням. Те дни фактической таблицы размещения, которые ещё не переведены из прогнозных в фактические, остаются всегда пустыми.

В-третьих, фактическая таблица размещения содержит дополнительную информацию, которой нет в прогнозных таблицах: фактические рейтинги каждого размещённого видеоролика по своей целевой аудитории и фактические рейтинги каждой телепередачи по всем целевым аудиториям телеканала.

Использование прогнозных и фактических таблиц размещения предполагает возможность трёх вариантов загрузки отдельной таблицы размещения из базы данных:

- «Факт или прогноз» – когда загружается фактическая таблица, а при её отсутствии – прогнозная таблица. Ответ «Нет таблицы» возвращается только в том случае, когда на неделю нет ни прогнозной, ни фактической таблицы размещения;
- «Только факт» – когда загружается фактическая таблица, а при её отсутствии возвращается ответ «Нет таблицы» независимо от того, существует или нет прогнозная таблица размещения;
- «Только прогноз» – когда загружается прогнозная таблица, а при её отсутствии возвращается ответ «Нет таблицы» независимо от того, существует или нет фактическая таблица размещения.

Указанные три варианта загрузки таблицы размещения доступны во многих функциях Программы в виде тройной кнопки-переключателя

«Источник данных», указывающей, откуда необходимо брать информацию при выполнении данной функции.

Для отображения на экране фактической таблицы размещения необходимо открыть таблицу размещения на требуемую неделю, после чего нажать в её информационной панели кнопку-переключатель «Режим таблицы размещения» , переводя её в положение «Фактическая таблица» . После этого на экране отобразится фактическая таблица размещения на данную неделю (см. рис. 40). Следует отметить, что последнее положение кнопки-переключателя «Режим таблицы размещения» запоминается в опциях Программы и всегда восстанавливается при каждом последующем её запуске.

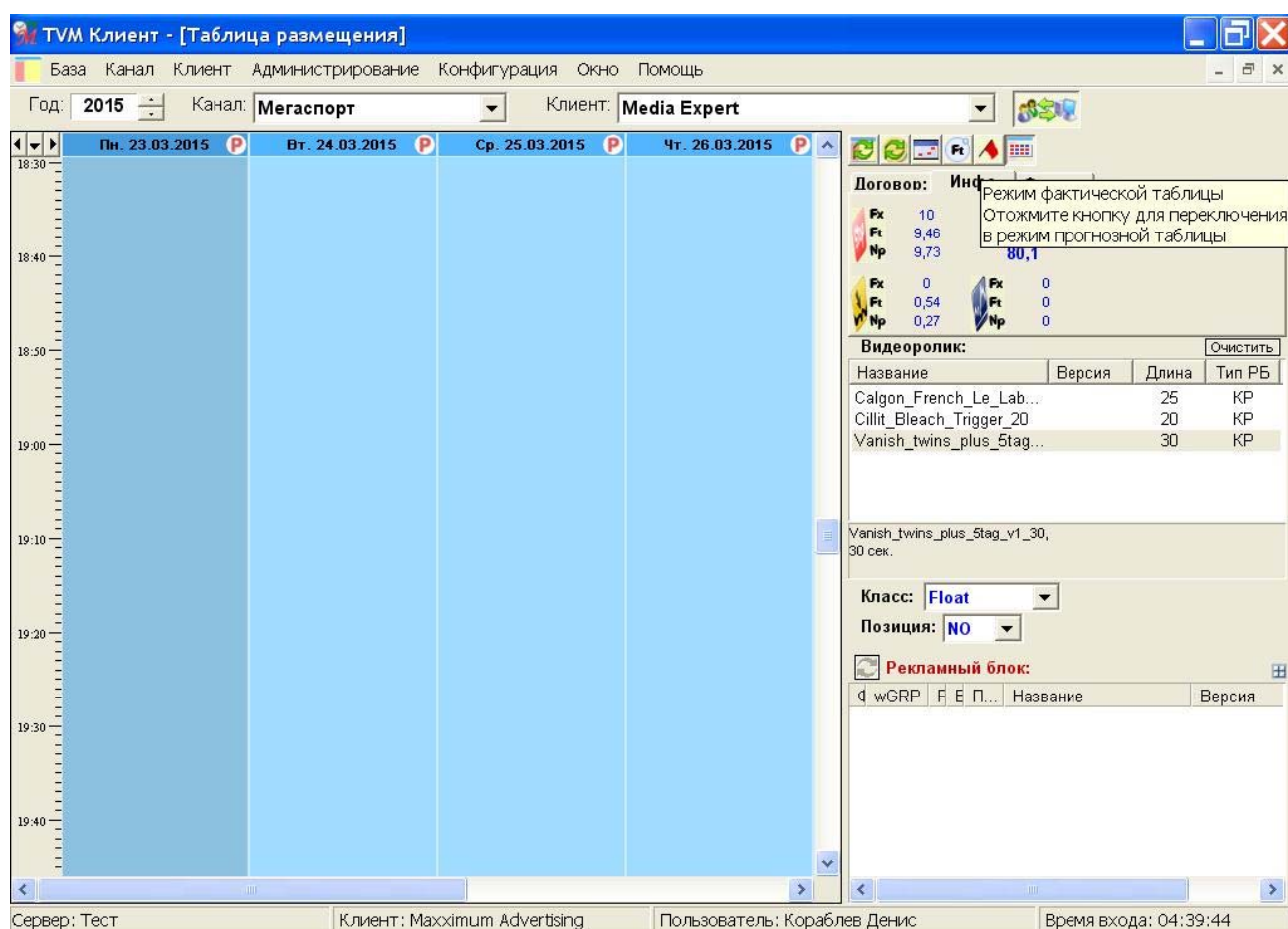


Рисунок 40. Режим фактической таблицы размещения

В режиме фактической таблицы размещения в заголовках её дней всегда отображаются специальные маркеры  или , указывающие соответственно на то, является ли прогнозным или фактическим данный день недели. Как видно из примера на рис. 40, в данной таблице размещения нет ни одного фактического дня.

Для того, чтобы создать или отредактировать один или несколько фактических дней в таблице размещения, необходимо перейти в режим её правки. Для этого в закладке меню «Клиент» необходимо выбрать пункт «Править таблицу» либо нажать стандартную горячую клавишу «F4» при условии, что на переднем плане отображается активное окно фактической таблицы размещения. Следует отметить, что данный пункт меню будет

доступен только тем пользователям, у которых имеется право на изменение фактических таблиц размещения. После перехода в режим правки заголовков окна «TVM Клиент – [Таблица размещения]» изменится на «TVM Клиент – [Правка таблицы размещения]». Это будет означать, что пользователь находится в режиме правки фактической таблицы размещения.

В режиме правки фактической таблицы размещения пользователю доступны функции по редактированию телевизионной сетки и рекламных блоков в этой таблице размещения. При этом, редактированию подлежат только прошедшие дни таблицы. **В будущих днях и в текущем дне редактирование фактической таблицы размещения невозможно!**

При щелчке правой кнопкой мыши на заголовке прошедшего дня на экране отобразится контекстное меню с доступными функциями по переводу этого дня из фактического в прогнозный и наоборот. Для прогнозных дней фактической таблицы размещения это будут функции «Создать фактический день (пустой)», «Создать фактический день (копия прогнозного)» и «Создать фактический день (внешние данные)» (см. рис. 41). Для фактических дней это будет единственная функция «Удалить фактический день».

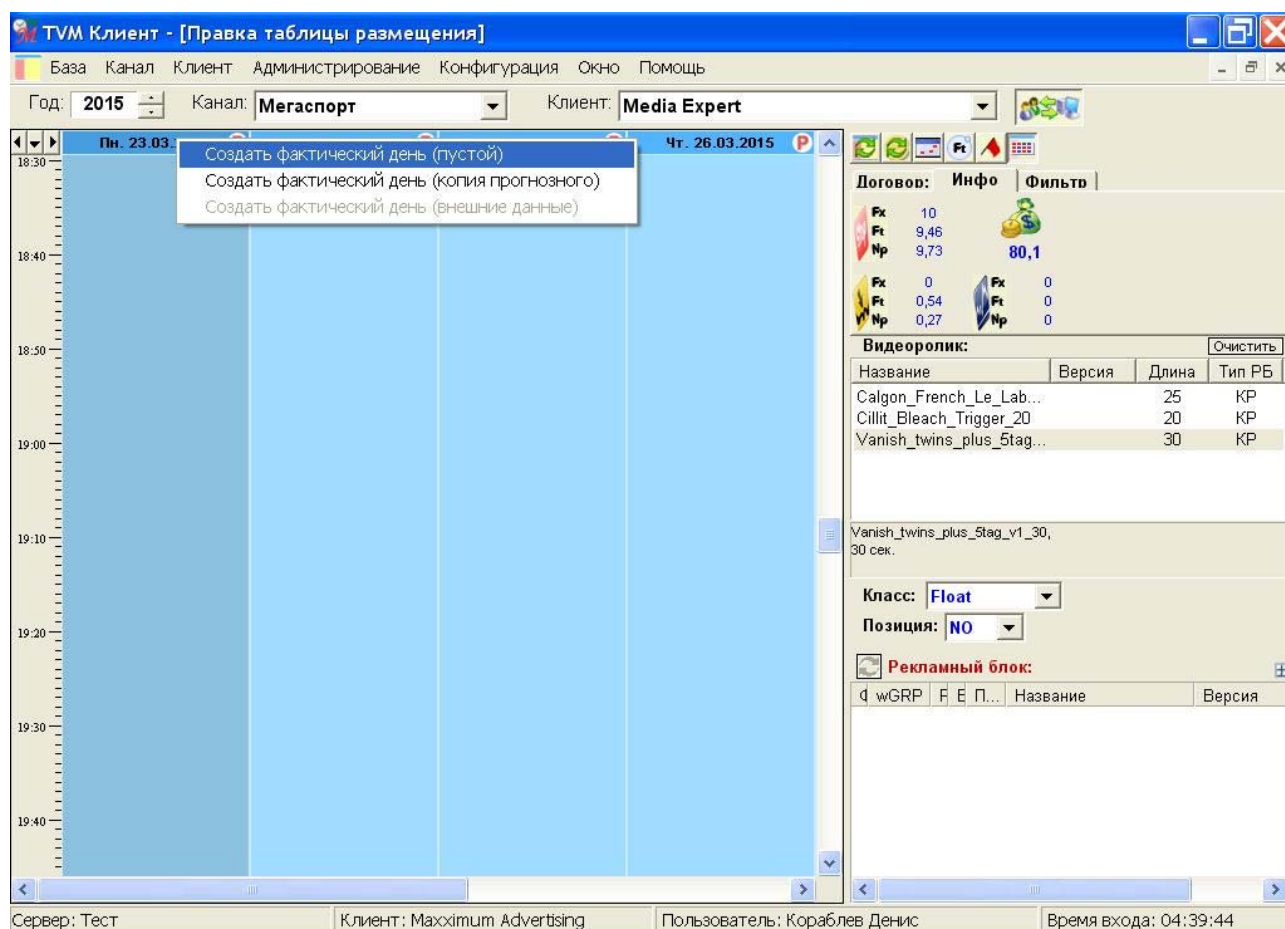


Рисунок 41. Создание фактического дня в таблице размещения

При выборе пункта «Создать фактический день (пустой)» текущий день недели будет переведён в фактический день с пустой телесеткой, что отразится на экране в соответствующем изменении маркера в заголовке этого дня (см. рис. 42). Эта ситуация соответствует полному отсутствию вещания на

канале в течение телевизионных суток (в примере на рис. 42 это понедельник, 23 марта 2015 года). Все видеоролики, размещённые в этот день, не будут учитываться при работе с источниками данных «Факт или прогноз» или «Только факт», а валовые размещённые объёмы и стоимости всех заказов и медиапланов, видеоролики которых были размещены в этот день, будут скорректированы, поскольку в таблицах заказов и медиапланов информационного окна Программы эти данные отображаются по источнику «Факт или прогноз».

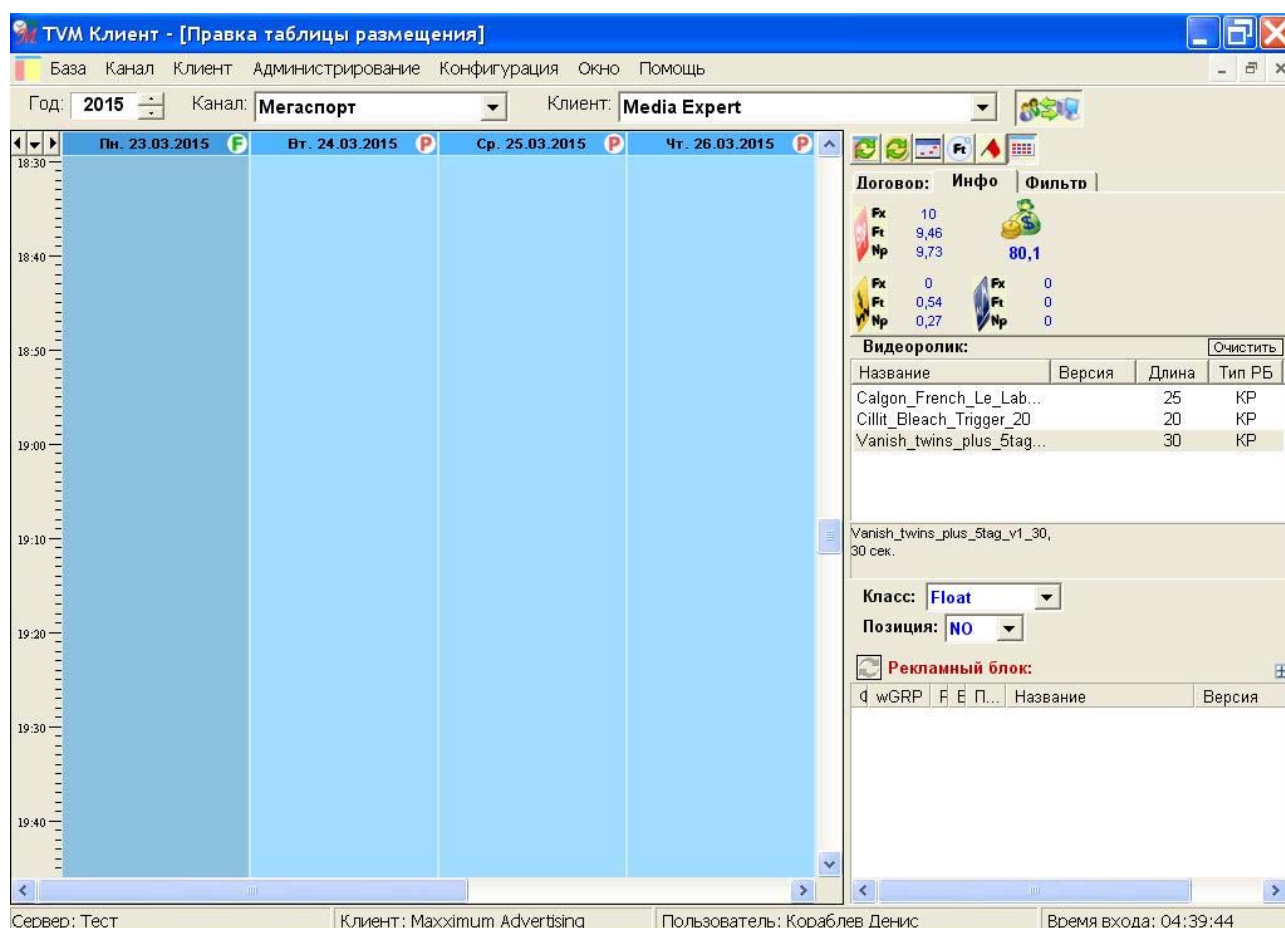


Рисунок 42. Пустой фактический день в таблице размещения

При выборе пункта «Создать фактический день (копия прогнозного)» текущий день недели будет переведён в фактический день и его таблица размещения будет заполнена копией прогнозной таблицы этого же дня (см. рис. 43).

Эта ситуация соответствует полному соответствию фактического вещания на канале созданной прогнозной таблице размещения. Валовые размещённые объёмы и стоимости всех заказов и медиапланов, видеоролики которых были размещены в этот день, корректироваться не будут, поскольку все данные в прогнозной и фактической таблицах размещения совпадают.

В фактические рейтинги рекламных блоков записываются прогнозные рейтинги этих блоков. Следует обратить внимание, что в фактической таблице размещения, в отличие от прогнозной таблицы, внутри телепередач отображаются также их фактические рейтинги, которые по умолчанию

рассчитываются Программой по установленной формуле, а впоследствии могут быть изменены пользователем в соответствии с фактическими данными, полученными от измерителя эфира.

Для расчёта фактических рейтингов телепередач по умолчанию используется формула:

$$grp_p = \frac{K}{n} \times \sum_{i=1}^n grp_i \quad (2)$$

, где:

grp_p – фактический рейтинг телепередачи; K – постоянный коэффициент, равный 1,2; grp_i – фактический рейтинг очередного рекламного блока i типа «Коммерческая реклама», входящего в телепередачу, если этот рейтинг имеется; n – общее количество рекламных блоков типа «Коммерческая реклама» в телепередаче, в которых имеются рейтинги.

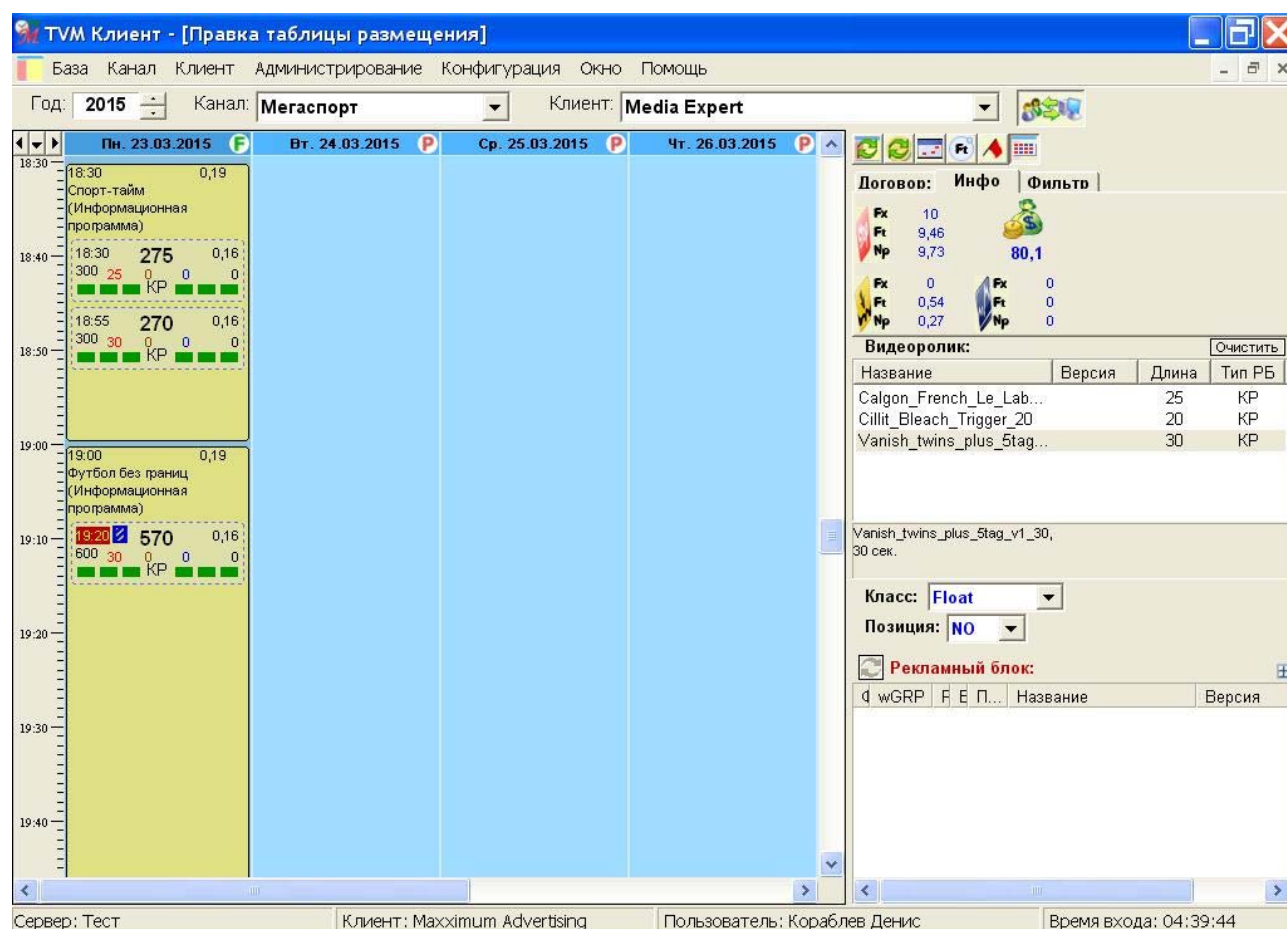


Рисунок 43. Копия прогнозного дня в таблице размещения

Фактические рейтинги телепередач рассчитываются отдельно по каждой целевой аудитории телеканала и только по блокам «Коммерческая реклама». Если при расчёте какой-либо из рекламных блоков не имеет рейтинга по данной целевой аудитории, то этот рекламный блок не учитывается вообще.

При выборе пункта «Удалить фактический день» Программа после получения дополнительного предупреждения переводит текущий фактический

день недели в прогнозный день, в результате чего вся фактическая таблица размещения на этот день удаляется.

После завершения всех правок фактической таблицы размещения для сохранения изменений в базе данных сервера необходимо выбрать в закладке меню «Клиент» пункт «Сохранить таблицу» либо нажать стандартную горячую клавишу «F5» при условии, что на переднем плане отображается активное окно фактической таблицы размещения. В ответ на это действие произойдёт выход из режима правки фактической таблицы размещения с автоматической записью всех изменений в базу данных, после чего заголовок окна «TVM Клиент – [Правка таблицы размещения]» изменится на «TVM Клиент – [Таблица размещения]».

При необходимости отменить все правки фактической таблицы размещения без их сохранения в базе данных необходимо перегрузить таблицу размещения при помощи кнопки  на её информационной панели, загрузить таблицу размещения на другую неделю, другой телеканал или изменить режим таблицы размещения на «Прогнозная таблица». При этом при наличии несохранённых правок на экране будет отображено дополнительное предупреждение с просьбой подтвердить указанное действие. При наличии такого подтверждения произойдёт переход к новой таблице размещения без сохранения изменённого варианта старой таблицы.

7. Создание выгрузок и отчётов

Ряд функций в Программе позволяет выгружать данные во внешние файлы формата электронных таблиц MS Excel. Это, прежде всего, функции создания всех отчётов в Программе, выгрузки монтажного листа, медиаплана и содержимого некоторых таблиц базы данных. Особенностью всех этих выгрузок есть то, что они выполняются одним и тем же блоком Программы – менеджером экспорта. Чтобы менеджер экспорт нормально работал, в системе должно быть установлено приложение MS Excel.

Для обеспечения взаимодействия с пользователем менеджер экспорта имеет своё собственное окно, которое отображается на экране во время выполнения выгрузки. Визуально окно менеджера экспорта располагается в нижней части главного окна Программы поверх окна статуса, временно перекрывая его от пользователя, и имеет вид узкой длинной полосы по ширине главного окна Программы (см. рис. 44). В окне менеджера экспорта отображается:

- информация об общем количестве заданий, содержащихся в данный момент в менеджере экспорта (на примере – 1 задание);
- кнопка «Отмена» для принудительного снятия задания, которая заменяется в определенные моменты времени кнопкой «Смотреть» для просмотра сгенерированного файла в MS Excel или кнопкой «Удалить» для удаления из списка задания, завершившегося с ошибкой (на примере – кнопка «Смотреть»);
- кнопки «Вверх» и «Вниз» для смены активного (отображаемого) задания;

- текстовая строка, отражающая суть задания выгрузки и выполненная определённым цветом: чёрным цветом, если задание в данный момент выполняется; синим цветом, если оно успешно выполнено; красным цветом, если в процессе выполнения задания возникла ошибка. Текстовая строка включает в себя порядковый номер отображаемого задания в списке заданий (на примере – задание № 1), описание сути задания (на примере – «Создание выгрузки медиаплана») и имя файла с путём, куда производится вывод результата выполнения задания (на примере – «C:\MyProjects\TV Market\TVM Client\Debug\2015-03 Mediaplan.xls»);
- индикатор (ProgressBar) хода выполнения задания и поле с числовой индикацией хода выполнения задания, в процентах, которые после успешного выполнения задания перекрываются полем со словом «Выполнено!» или после ошибочного завершения задания перекрываются полем с описанием возникшей ошибки, выполненными красным шрифтом (на примере – слово «Выполнено!»).

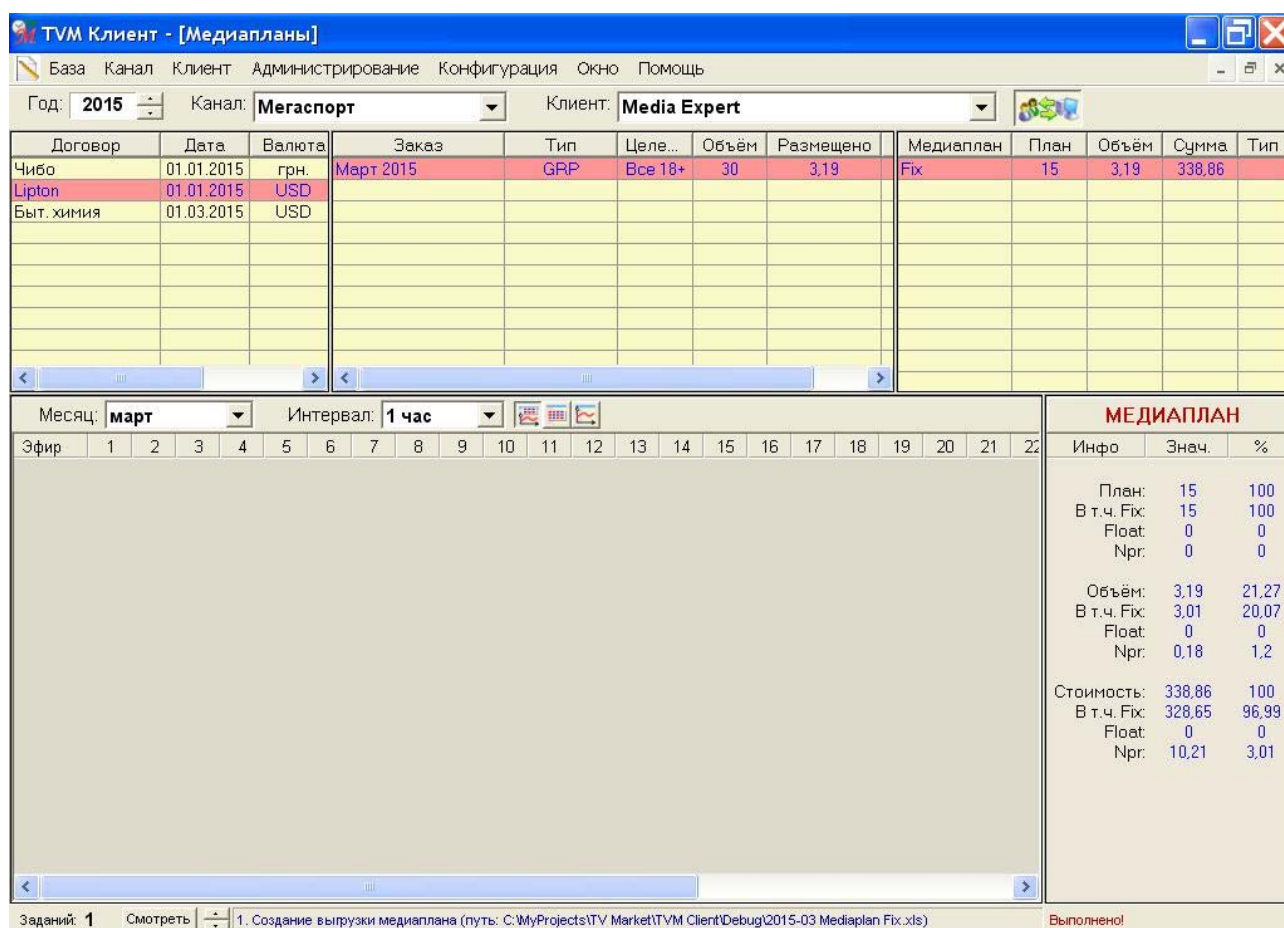


Рисунок 44. Окно менеджера экспорта вместо статусного окна

В некоторых ситуациях менеджер экспорта самостоятельно изменяет отображаемое на экране задание. В частности, это происходит при окончании выполнения задания (без ошибок или с ошибкой) и перед автоматическим снятием задания самим менеджером. После окончания выполнения задания оно остаётся среди заданий в течение 10 сек., после чего Менеджер автоматически снимает это задание. Перед снятием задание начинает мигать в течение 5 сек. (в

это время Менеджер не позволяет сделать активным другое задание – пользователь может лишь нажать кнопку «Смотреть» или «Удалить»).

Нажатие на кнопку «Смотреть» приводит к открытию выгруженного файла в том приложении, за которым в системе закреплена обработка файлов с расширением .xls (как правило, это программа MS Excel).

Нажатие на кнопку «Удалить» приводит к немедленному удалению ошибочно завершённого задания из окна менеджера экспорта.

Нажатие на кнопку «Отмена» приводит к прерыванию выполнения выгрузки и удалению её задания.

Поскольку задания по генерированию файлов выгрузки достаточно медлительны и могут занять определённое время, менеджер экспорта выполняет их на заднем фоне, не блокируя работу основной Программы. Поэтому у пользователя существует возможность запустить на выполнение одновременно несколько заданий и продолжать работу в Программе, пока они выполняются.

В окне менеджера экспорта автоматически отображается информация о последнем законченном или последнем начатом задании. Однако пользователь может пролистывать выполняемые задания в окне для контроля за их выполнением при помощи кнопок-стрелок «Вверх» и «Вниз».

После того, как из окна менеджера экспорта будет удалено последнее задание, оно автоматически исчезнет с экрана и находящееся под ним статусное окно снова станет видимым.

Ещё одной особенностью менеджера экспорта есть то, что формат и содержимое выгружаемого файла каждой выгрузки определяется исключительно на основе внешнего файла-образца в формате MS Excel (шаблона выгрузки), указанного пользователем при инициировании этой выгрузки. Пользователи могут самостоятельно создать любое количество файлов-шаблонов для того, чтобы обеспечить возможность создания выгрузок в требуемых форматах.

7.1. Создание шаблонов выгрузок

Шаблон выгрузки представляет собой обычный файл в формате MS Excel, который содержит специальную разметку, задающую внешнее оформление и внутреннее содержание файла выгрузки.

В частности, в выгружаемый файл всегда без изменения переносятся все свойства отдельных ячеек файла-шаблона (их размеры, шрифт, гарнитура, размер и цвет текста, тип выравнивания, цвет фона, наличие рамок, объединений с соседними ячейками и т.д.).

Содержимое ячеек выгружаемого файла устанавливается, исходя из содержимого ячеек файла-шаблона.

В общем случае файл-шаблон содержит в своих ячейках некоторое количество строковых констант (символов, слов и словосочетаний), а также специальных меток форматирования, привязанных к определённым данным из соответствующей выгрузки.

Строковые константы, как и свойства ячеек, переносятся в выгружаемый файл без изменений. Метки форматирования или не переносятся вовсе, или заменяются значениями определённых данных из соответствующей выгрузки.

Все метки форматирования имеют одинаковый общий формат:

#имя(параметры)[формат]

, где:

- *имя* – уникальное имя метки в пределах данной выгрузки. Каждая выгрузка имеет конечный набор уникальных меток (как правило, в пределах до 100 шт.);
- *параметры* – параметры метки, набор и значение которых зависит от её типа. Некоторые типы меток вообще не имеют параметров;
- *формат* – текстовая строка, задающая тип ячейки MS Excel, который будет установлен в ячейку после вывода в неё данной метки. Если формат не указан, то тип ячейки принудительно устанавливаться не будет.

Всего в шаблонах поддерживается 3 группы меток: переменные, циклы и операторы.

I. Переменные.

Переменные – это группа меток, каждая из которых привязана к определённым данным из выгрузки. Эти данные выводятся в ячейку выгружаемого файла вместо имени метки. Переменные могут быть статичными или циклическими.

Статичная переменная имеет одно и то же значение на протяжении всего процесса выгрузки.

Циклическая переменная привязана к циклу и имеет различное значение при каждом очередном проходе в цикле.

Например, в выгрузке монтажного листа есть статичная переменная *nameChannel*, задающее имя канала, на который выгружается монтажный лист, и циклическая переменная *nameShow*, поочередно задающая название каждой телепередачи, присутствующей в монтажном листе.

В некоторых случаях переменные могут представлять собой статические массивы. Тогда формат такой переменной модифицируется в вариант:

#имя.индекс(параметры)[формат]

, где дополнительно:

- *индекс* – ключ, идентифицирующий элемент массива, который представляет данная переменная.

Например: переменная *#coef.1()* означает коэффициент в том элементе массива *coef*, ключ которого равен 1.

Кроме того, каждая переменная характеризуется определённым типом значения. В текущей версии Программы поддерживаются следующие типы переменных выгрузки:

- **TEXT** – переменная содержит текстовую строку (например, название видеоролика в выгрузке монтажного листа).

Форматы:

#имя()[*формат*]

#имя()

Параметры отсутствуют. Формат ячейки необязателен.

- **BINARY** – переменная интерпретируется как группа бит – целое беззнаковое число в определённом диапазоне (например, тип рекламного блока в выгрузке монтажного листа).

Форматы:

#имя(смещение,сдвиг,маска)[*формат*]

#имя(смещение,сдвиг,маска)

Параметры имеют следующую интерпретацию:

смещение – целое положительное число, задающее смещение на очередные 32 бита в группе бит;

сдвиг – целое положительное число от 0 до 31 включительно, задающее количество бит, на которые необходимо сдвинуть вправо выделенную группу из 32 бит;

маска – целое положительное число от 0 до 4294967295 включительно, задающее комбинацию бит, которые необходимо выделить после сдвига группы бит вправо.

Формат ячейки необязателен.

- **INTEGER** – переменная интерпретируется как целое число со знаком в диапазоне от -2147483648 до +2147483647 (если её размер 4 байта) или от -9223372036854775808 до +9223372036854775807 (если её размер 8 байт).

Форматы:

#имя()[*формат*]

#имя()

Параметры отсутствуют. Формат ячейки необязателен.

- **REAL** – переменная интерпретируется как вещественное число со знаком в пределах от $1,18 \cdot 10^{-38}$ до $3,40 \cdot 10^{38}$ (если её размер 4 байта, т.е. одинарная точность) или от $2,23 \cdot 10^{-308}$ до $1,79 \cdot 10^{308}$ (если её размер 8 байт, т.е. двойная точность). При выводе переменной **REAL** длиной 4 байта в ячейку MS Excel она по умолчанию округляется до 6-го знака после запятой. При выводе переменной **REAL** длиной 8 байт в ячейку MS Excel она по умолчанию округляется до 14-го знака после запятой.

Форматы:

#имя()[*формат*]

#имя()

#имя(строка)[*формат*]

#имя(строка)

Параметры могут присутствовать или отсутствовать. Формат ячейки необязателен.

Если параметры присутствуют, они имеют следующую интерпретацию:

строка – текстовая строка в 1 символ, состоящая из символа %, который означает необходимость перевода действительного числа (коэффициента) в проценты со знаком (скидка / наценка).

Например, метка `#coef(%)` задает вывод коэффициента 0,795 в формате процентов скидки –20,5.

- DATE – переменная интерпретируется как дата: год, месяц и число (например, дата монтажного листа в выгрузке монтажного листа).

Форматы:

`#имя("шаблон",строка)[формат]`

`#имя("шаблон",строка)`

Параметры имеют следующую интерпретацию:

шаблон – шаблон вывода даты, представляющий собой текстовую строку, внутри которой находятся специальные последовательности символов после знака процента %: `%lu` (вывод целого положительного числа), `%02lu` (вывод целого положительного числа, дополненного слева нулями до 2 цифр) и другие, указывающие на необходимость вставки вместо них очередного числового значения из параметра строка (описание шаблона см. в шаблоне формата переменной конфигурации *videocode-auto* в п. 9.4. Переменные конфигурации);

строка – текстовая строка от 1 до 4 символов включительно, состоящая из букв d, m, y и w, задающая последовательность вывода числовых значений в шаблоне: d – значение числа месяца, m – значение номера месяца, y – значение года, w – значение дня недели (от 1 до 7 включительно, 1 – понедельник, 7 – воскресенье).

Например, метка `#dateList("%02lu.%02lu.%lu.",dmy)` задаёт вывод даты монтажного листа в формате 08.09.2012г.; метка `#dateList("%lu",w)` задаёт вывод дня недели монтажного листа в виде числа от 1 до 7 включительно.

Формат ячейки необязателен.

- TIME – переменная интерпретируется как время – часы, минуты, секунды и сотые доли секунд (например, время начала рекламного блока в выгрузке монтажного листа).

Форматы:

`#имя("шаблон",строка)[формат]`

`#имя("шаблон",строка)`

Параметры имеют следующую интерпретацию:

шаблон – шаблон вывода времени, представляющий собой текстовую строку, внутри которой находятся специальные последовательности символов после знака процента %: `%lu`, `%02lu` и другие, указывающие на необходимость вставки вместо них очередного числового значения из параметра строка;

строка – текстовая строка от 1 до 4 символов включительно, состоящая из букв h, m, s и d, задающая последовательность вывода числовых значений в шаблоне: h – значение часов, m – значение минут, s – значение секунд, d – значение сотых долей секунд.

Например, метка `#timeBlock("%lu:%02lu:%02lu",hms)` задает вывод времени начала рекламного блока в формате 9:07:30.

Формат ячейки необязателен.

- NCYCLE – переменная интерпретируется как номер прохода по циклу – целое число без знака в диапазоне от 1 до 4294967295 включительно

(например, порядковый номер телепередачи в списке выгрузки монтажного листа).

Форматы:

#имя()[*формат*]

#имя()

Параметры отсутствуют. Формат ячейки необязателен.

II. Циклы.

Циклы – группа меток, привязанных к структуре соответствующей выгрузки, в частности к расположению внутри неё циклически повторяющихся последовательностей данных. Могут быть вложенными друг в друга. Например, в выгрузке монтажного листа присутствуют 4 вложенных друг в друга цикла: *show* (цикл телепередач), *group* (цикл групп рекламных блоков внутри телепередачи), *block* (цикл рекламных блоков внутри группы блоков) и *out* (цикл видеороликов внутри рекламного блока).

Форматы:

#имя(1)

#имя(2)

Первый вариант формата используется для указания начала соответствующего цикла в файле-шаблоне. Метка *#имя(1)* может находиться в любой ячейке шаблона.

Второй вариант формата используется для указания строки, начиная с которой необходимо повторять вывод цикла с его начала. При этом происходит изменение значений всех циклических переменных этого цикла на очередные значения в последовательности данных выгрузки. Метка *#имя(2)* может находиться только в первой колонке шаблона (колонке «А»). **Сама строка файла-шаблона, содержащая метку цикла *#имя(2)*, в целевой файл не переносится!**

III. Операторы.

Операторы – группа специальных меток, выполняющих определённые функции по управлению генерированием файла выгрузки. Операторы имеют общий формат *#имя(параметры)*. В текущей версии Программы поддерживается 8 операторов:

- *maxcel* – оператор, задающий максимальную (правую нижнюю) ячейку в шаблоне. Содержание шаблона справа от максимальной колонки и снизу от максимального ряда не анализируется, а просто переносится в целевой файл. Первой ячейкой шаблона всегда является ячейка A1. Этот оператор всегда должен присутствовать первым оператором в ячейке A1. Если этот оператор – единственный в ячейке A1, то для того, чтобы он не выводился в целевой файл, после него должна располагаться константная строка, например, символ пробела.

Формат:

#maxcel(ячейка)

Параметры имеют следующую интерпретацию:

ячейка – максимальная ячейка в шаблоне в формате MS Excel, например, D5, AF17, g10.

- *case* – оператор, задающий переопределение значения предыдущей метки в ячейке.

Формат:

#case(символ "условие1 символ условие2 символ ... условиеN": "значение1 символ значение2 символ ... значениеN": "умолчание")

Параметры имеют следующую интерпретацию:

символ – одиночный символ-разделитель, которые используется для отделения условий и значений друг от друга. Если не указан, для этих целей используется символ запятой (,);

условие – список условий, разделённых символами разделителя, которые представляют собой исходные значения предыдущей метки в ячейке;

значение – список значений, разделённых символами разделителя, которые представляют собой заменяемые значения предыдущей метки в ячейке. Каждое очередное значение соответствует очередному условию в списке условий;

умолчание – значение, которое будет записано в предыдущую метку в ячейке в случае, если её исходное значение отличается от всех условий, указанных в списке условий. Если умолчание не указано, то в этом случае значение предыдущей метки изменяться не будет.

Например, вывод и переопределение типа рекламного блока в выгрузке монтажного листа может быть задано следующим образом:

#typeBlock(0,4,15)#case("0,1,2,3,4,5,6,7,8,9,10": "коммерческая реклама,политическая реклама,социальная реклама,спонсорская заставка,анонс,логотип,баннер,бегущая строка,устное объявление,партнёр показа,региональная реклама": "неизвестный тип блока")

В данном примере первая переменная *#typeBlock(0,4,15)* выделяет из группы бит *#typeBlock*, содержащей флаги рекламного блока, 4 бита (с 4 по 7 включительно), указывающие на его тип, преобразуя его к числу в диапазоне от 0 до 15 включительно, после чего второй оператор *#case* заменяет полученное число на соответствующую текстовую строку с названием типа.

- *if* – оператор, задающий начало условного блока меток в ячейке.

Формат:

#if(значение1 условие значение2)

Параметры имеют следующую интерпретацию:

значение – в качестве значения может использоваться имя метки (без первого символа #), абсолютные числовое значение от 0 до 4294967295 включительно или строковые константы между двойными или одинарными кавычками. Для меток типа BINARY допускается использование имени в формате *name{смещение,сдвиг,маска}* – в этом случае значение метки будет приведено к типу DWORD, а не BINARY. Для меток типа DATE непосредственное значение сравниваемой даты задаётся в строковом виде в формате "ГГГГММДД" (например "20150309" – 9 марта 2015 года), а

отсутствие даты эквивалентно строке "00000000". Для меток типа TIME непосредственное значение сравниваемого времени задается в строковом виде в формате "ЧЧММССДД" (например, "12432000" – 12 часов 43 минуты 20 секунд 00 сотых секунд), а отсутствие времени задаётся строкой "255255255255";

условие – знак условия, один из следующих вариантов: > (больше), < (меньше), = (равно), <> (не равно), >= (больше или равно) или <= (меньше или равно). Если условие выполняется, обрабатываются метки, которые находятся в теле условного блока (между операторами *#if()* и *#else()* либо между операторами *#if()* и *#endif()*, если оператор *#else()* отсутствует). Если условие не выполняется, обрабатываются метки, которые находятся в теле условного блока между операторами *#else()* и *#endif()*, или, если оператор *#else()* отсутствует, осуществляется переход за конец условного блока.

Например, для вывода при выгрузке монтажного листа версии рекламного ролика только в том случае, если она указана, может использоваться следующая строка меток:

```
#if(versOut>"")#versOut()#endif()
```

- *endif* – оператор, задающий конец условного блока меток в ячейке.

Формат:

```
#endif()
```

Этот оператор закрывает ближайший к нему слева незакрытый условный блок. В каждой ячейке может использоваться максимально до 32 вложенных друг в друга условий.

- *else* – оператор, задающий начало условного блока меток в ячейке, которые выполняются в случае невыполнения условия ближайшего слева оператора *#if()*.

Формат:

```
#else()
```

Этот оператор применяется только к ближайшему к нему слева незакрытому условному блоку. В каждой ячейке может использоваться максимально до 32 вложенных друг в друга условий.

Например, для вывода в ячейку значения рейтинга, если у пользователя есть право доступа к рейтингам, или текстовой строки «н/д», если у пользователя нет доступа к рейтингам, может использоваться следующая строка меток:

```
#if(rights{0,3,1}=1)#grp()#else()н/д#endif()
```

- *autofilter* – оператор, задающий границы диапазона ячеек, в которых после окончания генерирования файла MS Excel необходимо включить автофильтр.

Форматы:

#autofilter(1) – для указания начальной ячейки диапазона автофильтра;

#autofilter(2) – для указания конечной ячейки диапазона автофильтра;

Этот оператор никак не влияет на вывод данных в ячейку, где он находится.

- *continue* – оператор, указывающий на необходимость перейти на следующую итерацию текущего цикла без увеличения строки вывода.

Формат:

#continue(цикл)

Параметры имеют следующую интерпретацию:

цикл – имя метки цикла (без первого символа #), на следующую итерацию которого необходимо перейти.

Этот оператор относится только к циклу, поэтому должен использоваться только внутри цикла.

- *sheetname* – оператор, указывающий на необходимость вырезать содержимое ячейки с того места, где он использован и до конца сформированной строки, и использовать это содержимое для установки имени активного листа MS Excel, в котором осуществляется вывод.

Формат:

#sheetname()

Использование нескольких операторов *sheetname* в одной выгрузке к ошибке не приведёт, однако является избыточным и нецелесообразным действием. В таком случае именем листа станет результат обработки последнего из таких операторов. По набору символов и длине имя листа должно соответствовать требованиям, предъявляемым к нему MS Excel.

7.2. Выгрузка монтажных листов

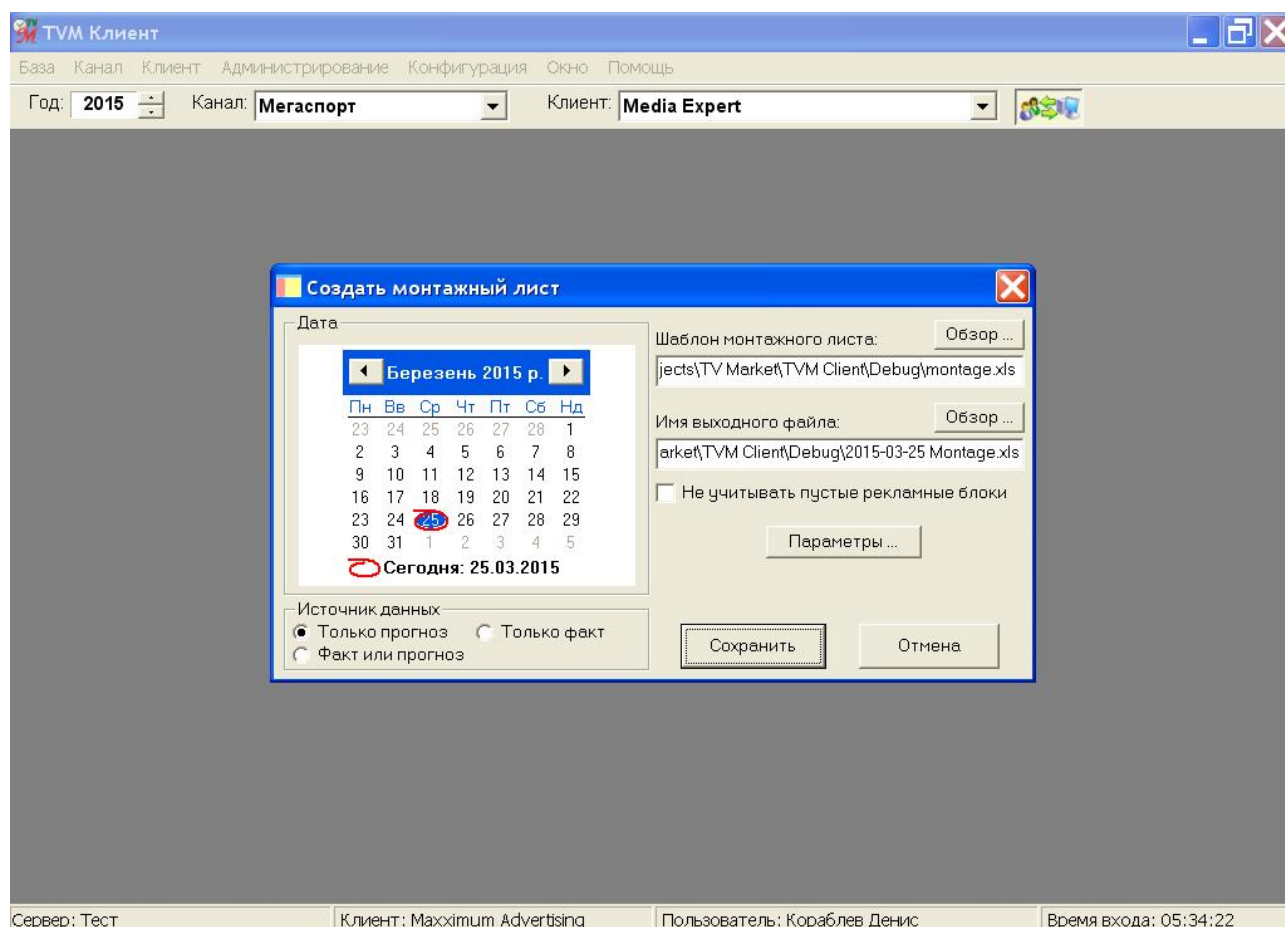


Рисунок 45. Создание монтажного листа

Программа позволяет создать и выгрузить в файл формата электронных таблиц MS Excel монтажный лист на любой день для текущего выбранного канала. Для этого необходимо в закладке меню «Канал» выбрать пункт «Монтажный лист» либо нажать комбинацию горячих клавиш «Ctrl+0». В ответ на это действие на экране отобразится соответствующая форма (см. рис. 45).

В поле «Дата» этой формы необходимо выбрать год, месяц и день, на который требуется создать монтажный лист, в поле «Шаблон монтажного листа» указать файл-шаблон, по которому должна быть осуществлена выгрузка монтажного листа, в поле «Имя выходного файла» указать путь и имя файла, в который необходимо выгрузить монтажный лист.

Переключатель «Не выводить пустые рекламные блоки» в выбранном состоянии подавляет вывод в монтажный блок рекламных блоков, в которых не размещено ни одного видеоролика. В противном случае такие рекламные блоки выводятся.

Переключатель «Источник данных» задаёт режим чтения таблицы размещения для формирования монтажного листа. Доступны режимы «Только прогноз», «Только факт» и «Факт или прогноз». По умолчанию установлен режим «Только прогноз», поскольку монтажный лист, как правило, формируется на будущие дни, для которых ещё не существует фактических таблиц размещения.

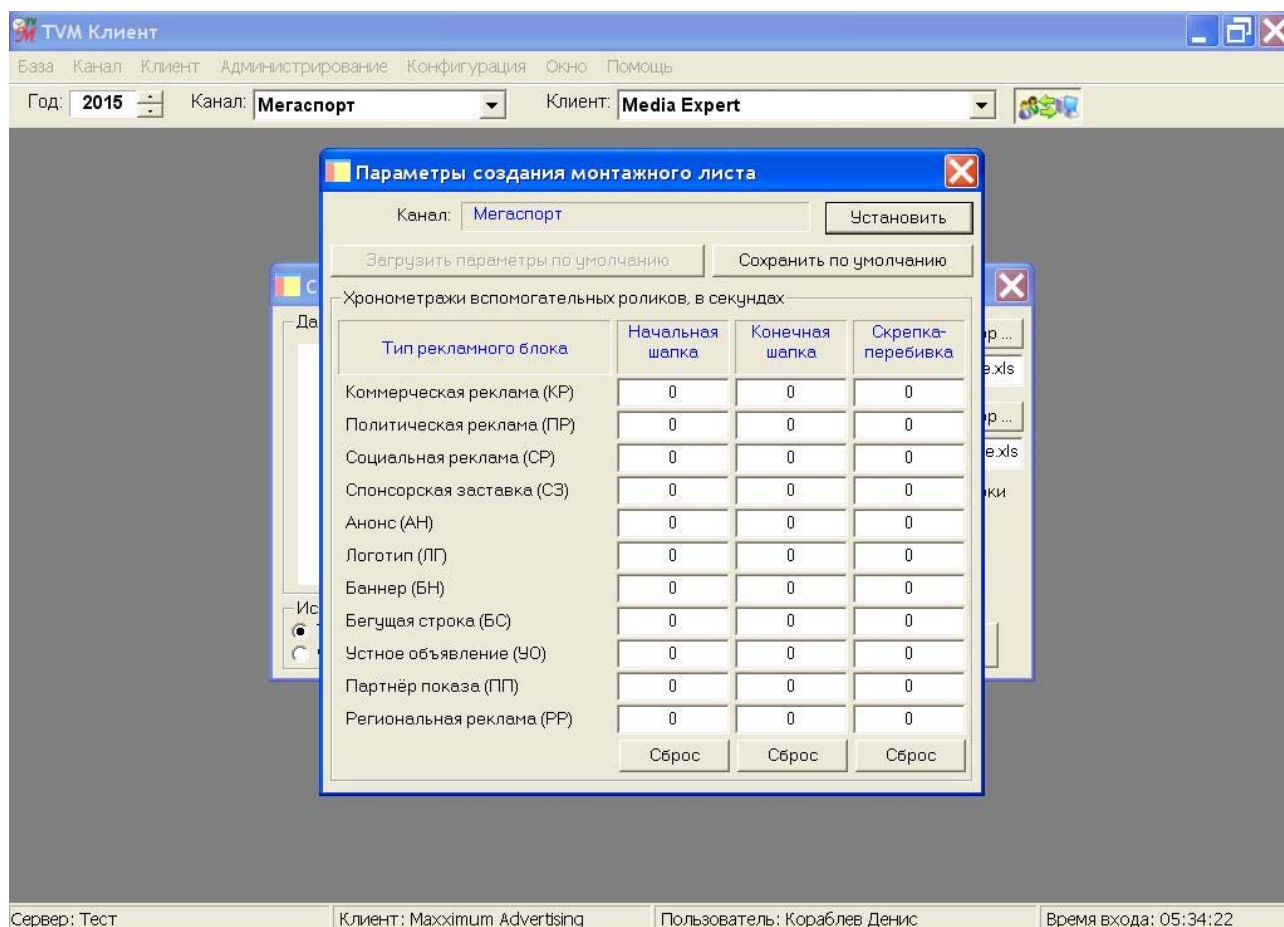


Рисунок 46. Параметры создания монтажного листа

Для просмотра и редактирования параметров монтажного листа форма содержит кнопку «Параметры». При нажатии на неё на экране будет отображена форма с параметрами формируемого монтажного листа (см. рис. 46). В текущей версии Программы к параметрам монтажного листа относятся хронометражи начальных и конечных шапок, а также межроликовых перебивок для разных типов рекламных блоков. При формировании каждого монтажного листа эти хронометражи сначала устанавливаются в значения по умолчанию для текущего активного канала, но могут быть изменены пользователем для формируемого монтажного листа. Также из этой формы существует возможность загрузить значения хронометражей по умолчанию для текущего активного канала (кнопка «Загрузить параметры по умолчанию»)) и записать выставленную комбинацию хронометражей как значения по умолчанию для текущего активного канала (кнопка «Сохранить по умолчанию»). Кнопки «Сброс» под каждой из колонок позволяют быстро обнулить значения в целых колонках. После изменения всех необходимых значений хронометражей следует нажать на кнопку «Установить», чтобы установленные хронометражи использовались в выгрузке монтажного листа. Форма параметров выгрузки монтажного листа при этом будет закрыта. Если нет необходимости использовать изменённые хронометражи в выгрузке монтажного листа, необходимо закрыть окно формы через стандартную кнопку закрытия окна Windows.

После выполнения всех этих подготовительных действий следует нажать на кнопку «Сохранить» на форме создания монтажного листа.

В результате Программа сформирует для менеджера экспорта задание по созданию указанного файла выгрузки в соответствии с указанным файлом-шаблоном.

В шаблоне описания выгрузки монтажного листа, кроме стандартных операторов выгрузки, могут использоваться следующие переменные и циклы:

№ п/п	Тип	Имя	Значение
1.	статическая переменная TEXT	<i>nameChannel</i>	Имя канала, для которого осуществляется выгрузка монтажного листа.
2.	статическая переменная DATE	<i>dateList</i>	Дата, на которую выгружается монтажный лист (год, месяц, число).
3.	статическая переменная BINARY	<i>flags</i>	Флажки монтажного листа: отсутствие в монтажном листе пустых рекламных блоков, тип источника данных, который использовался при создании монтажного листа. Для доступа к флажку отсутствия пустых рекламных блоков необходимо указание следующих параметров: <i>#flags(0,0,1)</i> . Интерпретация значения: 0 – пустые рекламные блоки присутствуют, 1 – пустые рекламные блоки отсутствуют. Для доступа к типу источника данных необходимо указание следующих параметров: <i>#flags(0,1,3)</i> .

			Интерпретация значения: 1 – только факт, 2 – только прогноз, 3 – факт или прогноз.
4.	статичная переменная BINARY	<i>begKR</i>	Хронометраж начальной шапки для рекламных блоков «Коммерческая реклама», в сотых долях секунды. Для доступа к значению поля параметры указывать не нужно: <i>#begKR()</i> .
5.	статичная переменная BINARY	<i>endKR</i>	Хронометраж конечной шапки для рекламных блоков «Коммерческая реклама», в сотых долях секунды. Для доступа к значению поля параметры указывать не нужно: <i>#endKR()</i> .
6.	статичная переменная BINARY	<i>intKR</i>	Хронометраж межроликовой перебивки для рекламных блоков «Коммерческая реклама», в сотых долях секунды. Для доступа к значению поля параметры указывать не нужно: <i>#intKR()</i> .
7.	статичная переменная BINARY	<i>begPR</i>	Хронометраж начальной шапки для рекламных блоков «Политическая реклама», в сотых долях секунды. Для доступа к значению поля параметры указывать не нужно: <i>#begPR()</i> .
8.	статичная переменная BINARY	<i>endPR</i>	Хронометраж конечной шапки для рекламных блоков «Политическая реклама», в сотых долях секунды. Для доступа к значению поля параметры указывать не нужно: <i>#endPR()</i> .
9.	статичная переменная BINARY	<i>intPR</i>	Хронометраж межроликовой перебивки для рекламных блоков «Политическая реклама», в сотых долях секунды. Для доступа к значению поля параметры указывать не нужно: <i>#intPR()</i> .
10.	статичная переменная BINARY	<i>begSR</i>	Хронометраж начальной шапки для рекламных блоков «Социальная реклама», в сотых долях секунды. Для доступа к значению поля параметры указывать не нужно: <i>#begSR()</i> .
11.	статичная переменная BINARY	<i>endSR</i>	Хронометраж конечной шапки для рекламных блоков «Социальная реклама», в сотых долях секунды. Для доступа к значению поля параметры указывать не нужно: <i>#endSR()</i> .
12.	статичная переменная BINARY	<i>intSR</i>	Хронометраж межроликовой перебивки для рекламных блоков «Социальная реклама», в сотых долях секунды. Для доступа к значению поля параметры указывать не нужно: <i>#intSR()</i> .
13.	статичная переменная BINARY	<i>begSZ</i>	Хронометраж начальной шапки для рекламных блоков «Спонсорская заставка», в сотых долях секунды. Для доступа к значению поля параметры указывать не нужно: <i>#begSZ()</i> .
14.	статичная переменная BINARY	<i>endSZ</i>	Хронометраж конечной шапки для рекламных блоков «Спонсорская заставка», в сотых долях секунды. Для доступа к значению поля параметры указывать не нужно: <i>#endSZ()</i> .
15.	статичная переменная BINARY	<i>intSZ</i>	Хронометраж межроликовой перебивки для рекламных блоков «Спонсорская заставка», в сотых долях секунды. Для доступа к значению поля параметры указывать не нужно: <i>#intSZ()</i> .
16.	статичная переменная	<i>begAN</i>	Хронометраж начальной шапки для рекламных блоков «Анонс», в сотых долях секунды. Для доступа

	BINARY		к значению поля параметры указывать не нужно: <i>#begAN()</i> .
17.	статическая переменная BINARY	<i>endAN</i>	Хронометраж конечной шапки для рекламных блоков «Анонс», в сотых долях секунды. Для доступа к значению поля параметры указывать не нужно: <i>#endAN()</i> .
18.	статическая переменная BINARY	<i>intAN</i>	Хронометраж межроликовой перебивки для рекламных блоков «Анонс», в сотых долях секунды. Для доступа к значению поля параметры указывать не нужно: <i>#intAN()</i> .
19.	статическая переменная BINARY	<i>begLG</i>	Хронометраж начальной шапки для рекламных блоков «Логотип», в сотых долях секунды. Для доступа к значению поля параметры указывать не нужно: <i>#begLG()</i> .
20.	статическая переменная BINARY	<i>endLG</i>	Хронометраж конечной шапки для рекламных блоков «Логотип», в сотых долях секунды. Для доступа к значению поля параметры указывать не нужно: <i>#endLG()</i> .
21.	статическая переменная BINARY	<i>intLG</i>	Хронометраж межроликовой перебивки для рекламных блоков «Логотип», в сотых долях секунды. Для доступа к значению поля параметры указывать не нужно: <i>#intLG()</i> .
22.	статическая переменная BINARY	<i>begBN</i>	Хронометраж начальной шапки для рекламных блоков «Баннер», в сотых долях секунды. Для доступа к значению поля параметры указывать не нужно: <i>#begBN()</i> .
23.	статическая переменная BINARY	<i>endBN</i>	Хронометраж конечной шапки для рекламных блоков «Баннер», в сотых долях секунды. Для доступа к значению поля параметры указывать не нужно: <i>#endBN()</i> .
24.	статическая переменная BINARY	<i>intBN</i>	Хронометраж межроликовой перебивки для рекламных блоков «Баннер», в сотых долях секунды. Для доступа к значению поля параметры указывать не нужно: <i>#intBN()</i> .
25.	статическая переменная BINARY	<i>begBS</i>	Хронометраж начальной шапки для рекламных блоков «Бегущая строка», в сотых долях секунды. Для доступа к значению поля параметры указывать не нужно: <i>#begBS()</i> .
26.	статическая переменная BINARY	<i>endBS</i>	Хронометраж конечной шапки для рекламных блоков «Бегущая строка», в сотых долях секунды. Для доступа к значению поля параметры указывать не нужно: <i>#endBS()</i> .
27.	статическая переменная BINARY	<i>intBS</i>	Хронометраж межроликовой перебивки для рекламных блоков «Бегущая строка», в сотых долях секунды. Для доступа к значению поля параметры указывать не нужно: <i>#intBS()</i> .
28.	статическая переменная BINARY	<i>begUO</i>	Хронометраж начальной шапки для рекламных блоков «Устное объявление», в сотых долях секунды. Для доступа к значению поля параметры указывать не нужно: <i>#begUO()</i> .
29.	статическая переменная	<i>endUO</i>	Хронометраж конечной шапки для рекламных блоков «Устное объявление», в сотых долях секунды.

	BINARY		Для доступа к значению поля параметра указывать не нужно: <i>#endUO()</i> .
30.	статичная переменная BINARY	<i>intUO</i>	Хронометраж межроликовой перебивки для рекламных блоков «Устное объявление», в сотых долях секунды. Для доступа к значению поля параметра указывать не нужно: <i>#intUO()</i> .
31.	статичная переменная BINARY	<i>begPP</i>	Хронометраж начальной шапки для рекламных блоков «Партнёр показа», в сотых долях секунды. Для доступа к значению поля параметра указывать не нужно: <i>#begPP()</i> .
32.	статичная переменная BINARY	<i>endPP</i>	Хронометраж конечной шапки для рекламных блоков «Партнёр показа», в сотых долях секунды. Для доступа к значению поля параметра указывать не нужно: <i>#endPP()</i> .
33.	статичная переменная BINARY	<i>intPP</i>	Хронометраж межроликовой перебивки для рекламных блоков «Партнёр показа», в сотых долях секунды. Для доступа к значению поля параметра указывать не нужно: <i>#intPP()</i> .
34.	статичная переменная BINARY	<i>begRR</i>	Хронометраж начальной шапки для рекламных блоков «Региональная реклама», в сотых долях секунды. Для доступа к значению поля параметра указывать не нужно: <i>#begRR()</i> .
35.	статичная переменная BINARY	<i>endRR</i>	Хронометраж конечной шапки для рекламных блоков «Региональная реклама», в сотых долях секунды. Для доступа к значению поля параметра указывать не нужно: <i>#endRR()</i> .
36.	статичная переменная BINARY	<i>intRR</i>	Хронометраж межроликовой перебивки для рекламных блоков «Региональная реклама», в сотых долях секунды. Для доступа к значению поля параметра указывать не нужно: <i>#intRR()</i> .
37.	статичная переменная TIME	<i>sumList0</i>	Суммарная длительность всех видеороликов в монтажном листе без учёта хронометражей шапок и перебивок (часы, минуты, секунды, сотые доли секунд).
38.	статичная переменная TIME	<i>sumList</i>	Суммарная длительность всех видеороликов в монтажном листе с учётом хронометражей шапок и перебивок (часы, минуты, секунды, сотые доли секунд).
39.	цикл	<i>show</i>	Описание очередной телепередачи в монтажном листе.
40.	циклическая переменная NCYCLE	<i>nShow</i>	Порядковый номер текущей телепередачи в монтажном листе. После выхода из цикла – значение 1.
41.	циклическая переменная TEXTPTR	<i>nameShow</i>	Общее название текущей телепередачи.
42.	циклическая переменная TEXTPTR	<i>namePropShow</i>	Собственное название текущей телепередачи, или пустая строка, если собственного названия нет или телепередача отсутствует в базе данных телепередач.
43.	циклическая переменная TEXTPTR	<i>nameGenre</i>	Название жанра текущей телепередачи, или пустая строка, если это телепередача не из базы данных телепередач.

44.	цикличная переменная BINARY	<i>idShow</i>	Идентификатор текущей телепередачи (из базы данных телепередач) или 0, если телепередача отсутствует в базе данных телепередач. Для доступа к идентификатору параметры указывать не нужно: <i>#idShow()</i> .
45.	цикличная переменная TIME	<i>timeShow</i>	Время начала текущей телепередачи (час, минута, секунда, сотые доли секунды).
46.	цикличная переменная TIME	<i>lenShow</i>	Длительность текущей телепередачи (часы, минуты, секунды, сотые доли секунд).
47.	цикличная переменная TIME	<i>sumShow0</i>	Суммарная длительность видеороликов в текущей телепередаче без учёта хронометражей шапок и перебивок (часы, минуты, секунды, сотые доли секунд).
48.	цикличная переменная TIME	<i>sumShow</i>	Суммарная длительность видеороликов в текущей телепередаче с учётом хронометражей шапок и перебивок (часы, минуты, секунды, сотые доли секунд).
49.	цикл	<i>group</i>	Описание очередной группы рекламных блоков в текущей телепередаче.
50.	цикличная переменная NCYCLE	<i>nGroup</i>	Порядковый номер текущей группы рекламных блоков в списке выгрузки рекламных блоков текущей телепередачи (может не соответствовать реальному порядковому номеру группы рекламных блоков внутри телепередачи, если список выгрузки не содержит пустых рекламных блоков). После выхода из цикла – значение 1.
51.	цикличная переменная TIME	<i>timeGroup</i>	Время начала текущей группы рекламных блоков (час, минута, секунда, сотые доли секунды).
52.	цикличная переменная TIME	<i>lenGroup</i>	Длительность текущей группы рекламных блоков (часы, минуты, секунды, сотые доли секунд).
53.	цикличная переменная BINARY	<i>numGroup</i>	Порядковый номер текущей группы рекламных блоков внутри текущей телепередачи. Для доступа к порядковому номеру параметры указывать не нужно: <i>#numGroup()</i> .
54.	цикличная переменная TIME	<i>sumGroup0</i>	Суммарная длительность видеороликов в текущей группе рекламных блоков без учёта хронометражей шапок и перебивок (часы, минуты, секунды, сотые доли секунд).
55.	цикличная переменная TIME	<i>sumGroup</i>	Суммарная длительность видеороликов в текущей группе рекламных блоков с учётом хронометражей шапок и перебивок (часы, минуты, секунды, сотые доли секунд).
56.	цикл	<i>block</i>	Описание очередного рекламного блока в текущей группе рекламных блоков.
57.	цикличная переменная NCYCLE	<i>nBlock</i>	Порядковый номер текущего рекламного блока в списке выгрузки рекламных блоков текущей группы (может не соответствовать реальному порядковому номеру рекламного блока внутри группы, если

			список загрузки не содержит пустых рекламных блоков). После выхода из цикла – значение 1.
58.	циклическая переменная TIME	<i>timeBlock</i>	Время начала текущего рекламного блока (час, минута, секунда, сотые доли секунды).
59.	циклическая переменная TIME	<i>lenBlock</i>	Длительность текущего рекламного блока (часы, минуты, секунды, сотые доли секунд).
60.	циклическая переменная BINARY	<i>typeBlock</i>	Тип текущего рекламного блока, от 0 до 10 включительно (0 – коммерческая реклама, 1 – политическая реклама, 2 – социальная реклама, 3 – спонсорская заставка, 4 – анонс, 5 – логотип, 6 – баннер, 7 – бегущая строка, 8 – устное объявление, 9 – партнер показа, 10 – региональная реклама). Для доступа к типу рекламного блока необходимо указание следующих параметров: <i>#typeBlock(0,4,15)</i> .
61.	циклическая переменная BINARY	<i>numBlock</i>	Порядковый номер текущего рекламного блока внутри текущей группы рекламных блоков. Для доступа к порядковому номеру параметры указывать не нужно: <i>#numBlock()</i> .
62.	циклическая переменная TIME	<i>sumBlock0</i>	Суммарная длительность видеороликов в текущей группе рекламных блоков без учета хронометражей шапок и перебивок (часы, минуты, секунды, сотые доли секунд).
63.	циклическая переменная TIME	<i>sumBlock</i>	Суммарная длительность видеороликов в текущей группе рекламных блоков с учетом хронометражей шапок и перебивок (часы, минуты, секунды, сотые доли секунд).
64.	цикл	<i>out</i>	Описание очередного видеоролика в текущем рекламном блоке.
65.	циклическая переменная NCYCLE	<i>nOut</i>	Порядковый номер текущего видеоролика в списке загрузки видеороликов текущего рекламного блока (всегда соответствует реальному порядковому номеру видеоролика внутри рекламного блока). После выхода из цикла – значение 1.
66.	циклическая переменная TEXT	<i>nameOut</i>	Название текущего видеоролика.
67.	циклическая переменная TEXT	<i>versOut</i>	Версия текущего видеоролика или пустая строка. если версия отсутствует.
68.	циклическая переменная TEXT	<i>codeOut</i>	Код текущего видеоролика.
69.	циклическая переменная BINARY	<i>idOut</i>	Уникальный внутренний идентификатор текущего видеоролика. Для доступа к идентификатору параметры указывать не нужно: <i>#idOut()</i> .
70.	циклическая переменная TIME	<i>timeOut</i>	Время начала текущего видеоролика (час, минута, секунда, сотые доли секунд).
71.	циклическая переменная	<i>lenOut</i>	Длительность текущего видеоролика (часы, минуты, секунды, сотые доли секунд).

	TIME		
72.	циклическая переменная BINARY	<i>flagsOut</i>	Флажки текущего видеоролика: номер фиксированной позиции, тип размещения, тип вытеснения, фиксирование стоимости, наличие собственного рейтинга. Для доступа к фиксированной позиции необходимо указание следующих параметров: <i>#flagsOut(0,0,7)</i>. Интерпретация значения: 0 – нет закрепленной позиции, 1 – третий с конца, 2 – второй с конца, 3 – первый с конца, 5 – первый с начала, 6 – второй с начала или 7 – третий с начала. Для доступа к типу размещения необходимо указание следующих параметров: <i>#flagsOut(0,3,7)</i>. Интерпретация значения: 0 – Spot, 1 – GRP, 2 – Spot-minute. Для доступа к типу вытеснения необходимо указание следующих параметров: <i>#flagsOut(0,6,3)</i>. Интерпретация значения: 0 – Spot, 1 – Fix, 2 – Float, 3 – Npr. Для доступа к флажку фиксированной стоимости необходимо указание следующих параметров: <i>#flagsOut(0,8,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – расчётная стоимость, 1 – фиксированная стоимость. Для доступа к флажку собственного рейтинга необходимо указание следующих параметров: <i>#flagsOut(0,9,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – использовался прогнозный рейтинг блока, 1 – использовался собственный рейтинг видеоролика.

7.3. Выгрузка медиапланов

Функция выгрузки медиаплана позволяет создать на основе выделенного в информационном окне Программы медиаплана внешний файл в формате электронных таблиц MS Excel, который будет содержать отчёт обо всех выходах видеороликов в рамках данного медиаплана на протяжении указанного месяца. Для вызова этой функции необходимо прежде всего выделить требуемый медиаплан, после чего выбрать в закладке меню «Клиент» пункты «Медиапланы» – «Выгрузить» либо нажать комбинацию горячих клавиш «Ctrl+W». В ответ на это действие на экране появится дополнительная форма (см. рис. 47).

В этой форме необходимо выбрать месяц выгрузки, указать путь и имя внешнего файла, в который будет помещена выгрузка, путь и имя файла-шаблона, в соответствии с которым будет сгенерирована выгрузка, а также указать источник данных для выгрузки: «Только прогноз», «Только факт», «Факт или прогноз» (по умолчанию – «Факт или прогноз»).

После выполнения всех этих подготовительных действий следует нажать на кнопку «Выгрузить», в результате чего Программа сформирует для менеджера экспорта задание по созданию указанного файла выгрузки в соответствии с указанным файлом-шаблоном.

Для отмены создания выгрузки медиаплана необходимо нажать на кнопку «Отмена».

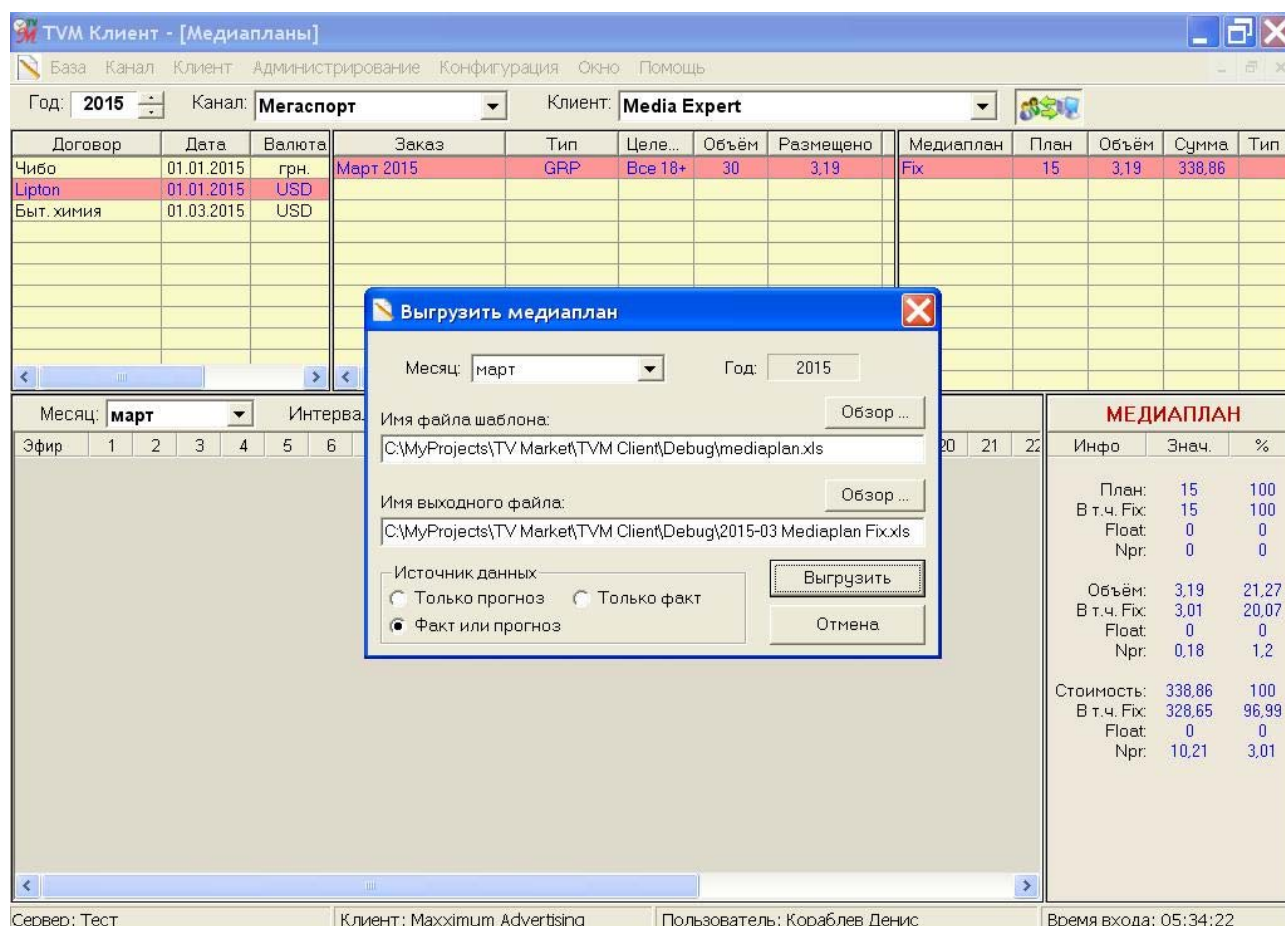


Рисунок 47. Выгрузка медиаплана

В шаблоне описания выгрузки медиаплана, кроме стандартных операторов выгрузки, могут использоваться следующие переменные и циклы:

№ п/п	Тип	Имя	Значение
1.	статическая переменная BINARY	<i>year</i>	Год выгрузки медиаплана. Для доступа к значению года указание параметров не требуется: <i>#year()</i> .
2.	статическая переменная BINARY	<i>month</i>	Месяц выгрузки медиаплана, от 1 до 12 включительно. Для доступа к значению месяца указание параметров не требуется: <i>#month()</i> .
3.	статическая переменная BINARY	<i>flags</i>	Флаги запроса: тип таблиц размещения, на базе которых создается отчёт. Для доступа к типу таблиц размещения необходимо указание следующих параметров: <i>#flags(0,0,3)</i> . Интерпретация значения: 0 – факт или прогноз, 1 – только факт, 2 – только прогноз.
4.	статическая переменная BINARY	<i>rights</i>	Наличие в ответе корректной информации о размещённых и о расчётных стоимостях медиапланов, а также о рейтингах, что зависит от прав пользователя, который выгружает медиаплан.

			Для доступа к флагу наличия информации о стоимостях медиапланов необходимо указание следующих параметров: <i>#rights(0,0,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – информация о стоимостях медиапланов отсутствует (значение переменной <i>cost</i> нулевое), 1 – информация о стоимостях медиапланов присутствует. Для доступа к флагу наличия информации о расчётных стоимостях медиапланов необходимо указание следующих параметров: <i>#rights(0,1,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – информация о расчётных стоимостях медиапланов отсутствует (значение переменной <i>calc</i> всегда совпадает со значением переменной <i>cost</i>), 1 – информация о расчётных стоимостях медиапланов присутствует. Для доступа к флагу наличия информации о рейтингах необходимо указание следующих параметров: <i>#rights(0,2,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – информация о рейтингах отсутствует (значение переменной <i>grp</i> равно 0), 1 – информация о рейтингах присутствует.
5.	статичная переменная TEXT	<i>nameClient</i>	Название клиента, медиаплан которого выгружается.
6.	статичная переменная TEXT	<i>nameAgree</i>	Название договора, медиаплан которого выгружается.
7.	статичная переменная TEXT	<i>nameChannel</i>	Название канала, медиаплан которого выгружается.
8.	статичная переменная TEXT	<i>nameOrder</i>	Название заказа, медиаплан которого выгружается.
9.	статичная переменная BINARY	<i>typeOrder</i>	Тип размещения заказа, тип рекламного блока для заказа, тип привязки по вытеснению (только для заказа Spot или Spot-minute) и метод расчёта взвешенного рейтинга (только для заказов GRP). Для доступа к типу размещения заказа необходимо указание следующих параметров: <i>#typeOrder(0,0,15)</i>. Интерпретация значения: 0 – заказ для размещения Spot-minute, 1 – заказ для размещения Spot, 2 – заказ для размещения GRP. Для доступа к типу рекламного блока для заказа необходимо указание следующих параметров: <i>#typeOrder(0,4,15)</i>. Интерпретация значения: 0 – коммерческая реклама, 1 – политическая реклама, 2 – социальная реклама, 3 – спонсорская заставка, 4 – анонс, 5 – логотип, 6 – баннер, 7 – бегущая строка, 8 – устное объявление, 9 – партнёр показа, 10 – региональная реклама. Для доступа к типу привязки по вытеснению для заказа Spot или Spot-minute необходимо указание

			следующих параметров: <i>#typeOrder(0,8,3)</i>. Интерпретация значения: 0 – как Spot, 1 – как Fix, 2 – как Float, 3 – как Npr. Для доступа к методу расчёта взвешенного рейтинга для заказа GRP необходимо указание следующих параметров: <i>#typeOrder(0,31,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – пропорционально, 1 – с коэффициентами.
10.	статичная переменная TEXT	<i>nameMedia</i>	Название заказа, медиаплан которого выгружается.
11.	статичная переменная BINARY	<i>flagsMedia</i>	Флаги медиаплана: наличие фиксированных стоимостей. Для доступа к наличию фиксированных стоимостей медиаплана необходимо указание следующих параметров: <i>#flagsMedia(0,0,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – в медиаплане используется расчётные стоимости, 1 – в медиаплане используются фиксированные стоимости.
12.	статичная переменная TEXT	<i>nameDev</i>	Название валюты, в которой указаны стоимости выгружаемого медиаплана.
13.	статичная переменная BINARY	<i>sumMedia</i>	Суммарная длительность всех размещённых в течение указанного месяца видеороликов в рамках выгружаемого медиаплана, в секундах. Для доступа к значению секунд параметры указывать не требуется: <i>#sumMedia()</i>.
14.	цикл	<i>day</i>	Описание выгрузки медиаплана на очередной день.
15.	циклическая переменная NCYCLE	<i>nDay</i>	Порядковый номер текущего дня в списке дней. После выхода из цикла – значение 1.
16.	циклическая переменная DATE	<i>date</i>	Дата текущего дня выгрузки, в формате ГГГГ-ММ-ДД.
17.	циклическая переменная FEG_TIME	<i>sumDate</i>	Суммарная длительность всех размещённых в течение текущего дня видеороликов в рамках выгружаемого медиаплана, в формате ЧЧ-ММ-СС-ДД. Для доступа к значению времени параметры указывать не требуется: <i>#sumDate()</i>.
18.	цикл	<i>show</i>	Описание выгрузки медиаплана в очередной телепередаче текущего дня.
19.	циклическая переменная NCYCLE	<i>nShow</i>	Порядковый номер текущей телепередачи в списке телепередач. После выхода из цикла – значение 1.
20.	циклическая переменная TEXT	<i>nameShow</i>	Общее название телепередачи.
21.	циклическая переменная TEXT	<i>namePropShow</i>	Собственное название телепередачи из базы данных или пустая строка для разовой телепередачи.
22.	циклическая	<i>genreShow</i>	Жанр телепередачи из базы данных или пустая

	переменная TEXT		строка для разовой телепередачи.
23.	циклическая переменная TIME	<i>timeShow</i>	Время начала текущей телепередачи, в формате ЧЧ-ММ-СС-ДД абсолютного времени.
24.	циклическая переменная TIME	<i>lenShow</i>	Продолжительность текущей телепередачи, в формате ЧЧ-ММ-СС-ДД абсолютного времени.
25.	циклическая переменная FEG_TIME	<i>sumShow</i>	Суммарная длительность всех размещённых в течение текущей телепередачи видеороликов в рамках выгружаемого медиаплана, в формате ЧЧ-ММ-СС-ДД. Для доступа к значению времени параметры указывать не требуется: <i>#sumShow()</i> .
26.	цикл	<i>block</i>	Описание очередного рекламного блока в текущей телепередаче, который содержит выгружаемый медиаплан.
27.	циклическая переменная NCYCLE	<i>nBlock</i>	Порядковый номер текущего рекламного блока в списке выгруженных рекламных блоков текущей телепередачи. После выхода из цикла – значение 1.
28.	циклическая переменная TIME	<i>timeBlock</i>	Время начала текущего рекламного блока, в формате ЧЧ-ММ-СС-ДД абсолютного времени.
29.	циклическая переменная TIME	<i>lenBlock</i>	Продолжительность текущего рекламного блока, в формате ЧЧ-ММ-СС-ДД абсолютного времени.
30.	циклическая переменная BINARY	<i>numBlock</i>	Порядковый номер рекламного блока в текущей телепередаче. Для доступа к значению номера параметры указывать не нужно: <i>#numBlock()</i> .
31.	циклическая переменная BINARY	<i>typeBlock</i>	Флажки текущего рекламного блока: флаг выхода во время PRIMETIME, тип рекламного блока. Для доступа к флагу выхода во время PRIMETIME необходимо указание следующих параметров: <i>#typeBlock(0,0,1)</i> . Интерпретация значения: 0 – блок начинается во время OFFPRIMETIME, 1 – блок начинается во время PRIMETIME. Для доступа к типу рекламного блока необходимо указание следующих параметров: <i>#typeBlock(0,4,15)</i> . Интерпретация значения: 0 – коммерческая реклама, 1 – политическая реклама, 2 – социальная реклама, 3 – спонсорская заставка, 4 – анонс, 5 – логотип, 6 – баннер, 7 – бегущая строка, 8 – устное объявление, 9 – партнёр показа, 10 – региональная реклама.
32.	циклическая переменная FEG_TIME	<i>sumBlock</i>	Суммарная длительность всех размещённых в течение текущего рекламного блока видеороликов в рамках выгружаемого медиаплана, в формате ЧЧ-ММ-СС-ДД. Для доступа к значению времени параметры указывать не требуется: <i>#sumBlock()</i> .
33.	цикл	<i>out</i>	Описание очередного видеоролика в текущем рекламном блоке в рамках выгружаемого

			медиаплана.
34.	циклическая переменная NCYCLE	<i>nOut</i>	Порядковый номер текущего видеоролика в рекламном блоке. После выхода из цикла – значение 1.
35.	циклическая переменная BINARY	<i>numOut</i>	Порядковый номер выхода видеоролика в текущем рекламном блоке. Для доступа к значению номера параметры указывать не нужно: <i>#numOut()</i> .
36.	циклическая переменная BINARY	<i>idVideo</i>	Идентификатор видеоролика. Для доступа к значению идентификатора параметры указывать не нужно: <i>#idVideo()</i> .
37.	циклическая переменная TEXT	<i>nameVideo</i>	Название видеоролика.
38.	циклическая переменная TEXT	<i>versVideo</i>	Версия видеоролика или пустая строка, если версия не указана.
39.	циклическая переменная TEXT	<i>codeVideo</i>	Код видеоролика или пустая строка, если код не указан.
40.	циклическая переменная TEXT	<i>classVideo</i>	Название класса товаров, к которому относится видеоролик.
41.	циклическая переменная TEXT	<i>reklamVideo</i>	Название рекламодателя, к которому относится видеоролик, или пустая строка, если видеоролик не привязан к рекламодателю.
42.	циклическая переменная TEXT	<i>brand1Video</i>	Название первого бренда, к которому относится видеоролик, или пустая строка, если видеоролик не привязан к первому бренду.
43.	циклическая переменная TEXT	<i>brand2Video</i>	Название второго бренда, к которому относится видеоролик, или пустая строка, если видеоролик не привязан ко второму бренду.
44.	циклическая переменная TEXT	<i>brand3Video</i>	Название третьего бренда, к которому относится видеоролик, или пустая строка, если видеоролик не привязан к третьему бренду.
45.	циклическая переменная TEXT	<i>aboutVideo</i>	Комментарий к видеоролику или пустая строка, если комментария нет.
46.	циклическая переменная BINARY	<i>lenVideo</i>	Хронометраж видеоролика, в секундах. Для доступа к значению хронометража параметры указывать не нужно: <i>#lenVideo()</i> .
47.	циклическая переменная BINARY	<i>typeVideo</i>	Тип видеоролика: тип рекламного блока, к которому привязан видеоролик. Для доступа к типу рекламного блока необходимо указать следующих параметров: <i>#typeVideo(0,0,15)</i> . Интерпретация значения: 0 – коммерческая реклама, 1 – политическая реклама, 2 – социальная реклама, 3 – спонсорская заставка, 4 – анонс, 5 – логотип, 6 – баннер, 7 – бегущая строка, 8 – устное объявление, 9 – партнёр показа, 10 – региональная реклама.
48.	циклическая переменная	<i>flagsVideo</i>	Флаги видеоролика: архивный или действующий видеоролик.

	BINARY		Для доступа к флагу архивности видеоролика необходимо указание следующих параметров: <i>#flagsVideo(0,0,1)</i> . Интерпретация значения: 0 – видеоролик действующий, 1 – видеоролик архивный.
49.	циклическая переменная TIME	<i>timeOut</i>	Время выхода текущего видеоролика, в формате ЧЧ-ММ-СС-ДД абсолютного времени.
50.	циклическая переменная BINARY	<i>flagsOut</i>	Флажки текущего видеоролика: номер фиксированной позиции, тип и класс размещения, фиксация стоимости, наличие собственного рейтинга. Для доступа к фиксированной позиции необходимо указание следующих параметров: <i>#flagsOut(0,0,7)</i>. Интерпретация значения: 0 – нет закрепленной позиции, 1 – третий с конца, 2 – второй с конца, 3 – первый с конца, 5 – первый с начала, 6 – второй с начала или 7 – третий с начала. Для доступа к типу размещения необходимо указание следующих параметров: <i>#flagsOut(0,3,7)</i>. Интерпретация значения: 0 – Spot, 1 – GRP, 2 – Spot-minute. Для доступа к классу размещения необходимо указание следующих параметров: <i>#flagsOut(0,6,3)</i>. Интерпретация значения: 0 – Spot, 1 – Fix, 2 – Float, 3 – Npr. Для доступа к флажку фиксированной стоимости необходимо указание следующих параметров: <i>#flagsOut(0,8,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – расчётная стоимость, 1 – фиксированная стоимость. Для доступа к флажку собственного рейтинга необходимо указание следующих параметров: <i>#flagsOut(0,9,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – использовался прогнозный рейтинг блока, 1 – использовался собственный рейтинг видеоролика.
51.	циклическая переменная REAL	<i>grp</i>	Взвешенный рейтинг выхода, в формате DOUBLE.
52.	циклическая переменная REAL	<i>cost</i>	Стоимость выхода текущего видеоролика, в валюте договора.
53.	циклическая переменная REAL	<i>calc</i>	Расчётная стоимость текущего видеоролика, в валюте договора, если у пользователя есть доступ к чтению расчётных стоимостей.

7.4. Выгрузка списка договоров у клиента

При открытии информационного окна Программа позволяет одновременно с этим выгрузить список договоров текущего активного клиента за текущий активный год во внешний файл формата MS Excel.

Для этого необходимо в закладке меню «Клиент» выбрать пункты «Договора» – «Экспорт...» либо воспользоваться комбинацией горячих клавиш «Ctrl+Shift+D». В ответ на это действие на экране появится дополнительная форма (см. рис. 48).

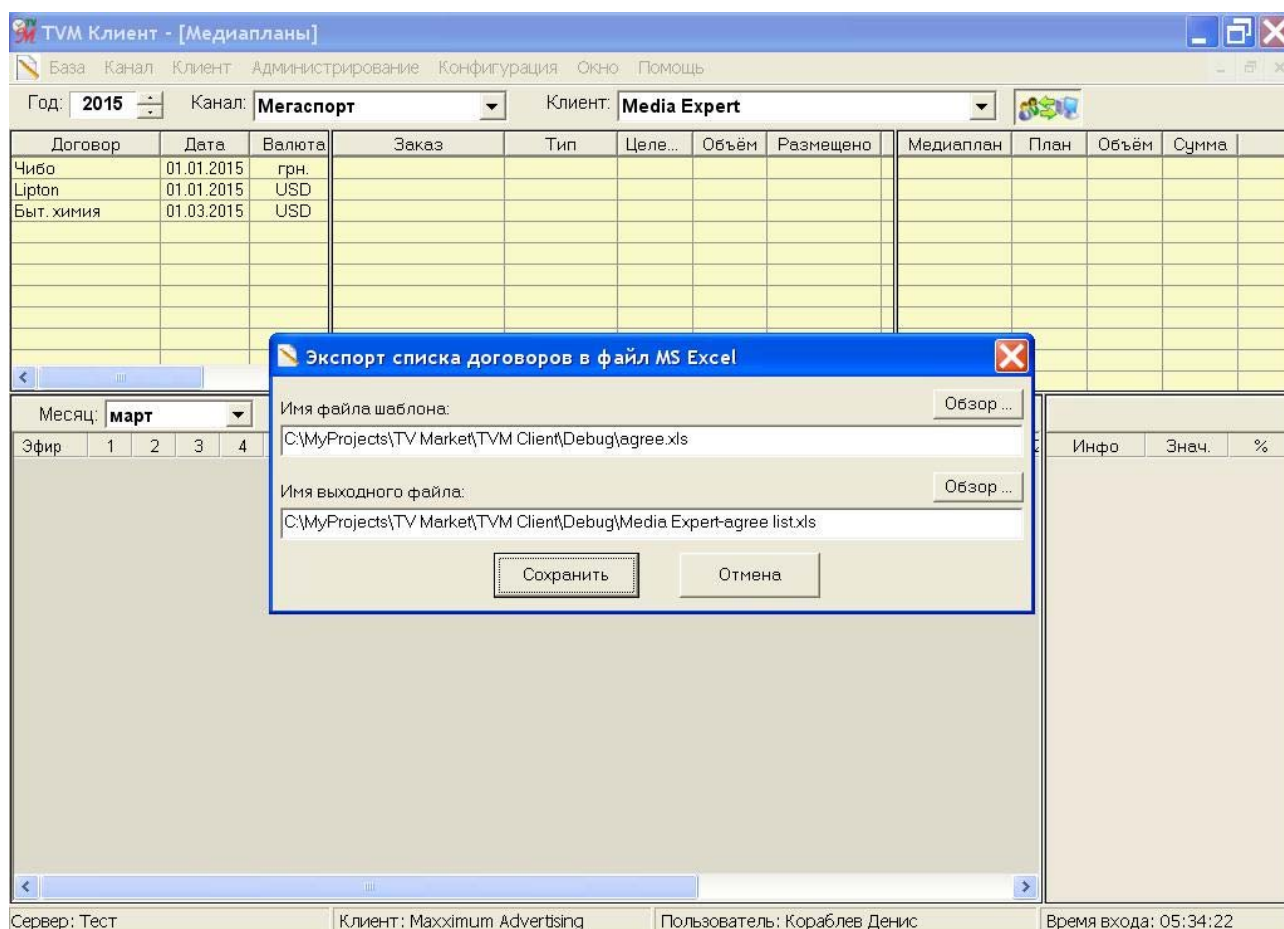


Рисунок 48. Экспорт списка договоров в файл MS Excel

В этой форме необходимо указать путь и имя внешнего файла, в который будет помещена выгрузка, а также путь и имя файла-шаблона, в соответствии с которым будет сгенерирована выгрузка, после чего следует нажать на кнопку «Сохранить». В результате Программа сформирует для менеджера экспорта задание по созданию указанного файла выгрузки в соответствии с указанным файлом-шаблоном. При этом будет дополнительно открыто информационное окно, если оно на момент экспорта списка договоров ещё не было отображено на экране.

Для отмены экспорта списка договоров необходимо нажать на кнопку «Отмена».

В шаблоне описания списка договоров, кроме стандартных операторов выгрузки, могут использоваться следующие переменные и циклы:

№ п/п	Тип	Имя	Значение
1.	статическая переменная	<i>year</i>	Год, за который выгружается список договоров. Для доступа к значению года параметры указывать не

	BINARY		нужно: <i>#year()</i> .
2.	статичная переменная TEXT	<i>nameClient</i>	Имя клиента, договора которого выгружаются.
3.	цикл	<i>agree</i>	Описание очередного договора в списке договоров.
4.	циклическая переменная NCYCLE	<i>nAgree</i>	Порядковый номер текущего договора в списке договоров. После выхода из цикла – значение 1.
5.	циклическая переменная TEXT	<i>nameAgree</i>	Название текущего договора.
6.	циклическая переменная TEXT	<i>nameDev</i>	Название валюты текущего договора.
7.	циклическая переменная DATE	<i>dateAgree</i>	Дата вступления в силу текущего договора, в формате ГГГГ-ММ-ДД.
8.	циклическая переменная REAL	<i>budgetAgree</i>	Бюджет договора, в его валюте, или 0, если бюджет договора не указан.
9.	циклическая переменная REAL	<i>partAgree</i>	Доля договора, в процентах, или 0, если доля договора не указана.

7.5. Выгрузка списка заказов у клиента

Программа позволяет выгрузить во внешний файл формата MS Excel список всех заказов клиента в рамках выбранного в информационном окне договора для текущего активного канала.

Для этого необходимо выбрать требуемый договор в информационном окне и требуемый канал на панели фильтров главного окна Программы, после чего в закладке меню «Клиент» выбрать пункты «Заказы» – «Экспорт...». Альтернативным вариантом выгрузки списка заказов есть двойной щелчок левой кнопкой мыши по требуемому договору в информационном окне с удерживаемой в нажатом состоянии клавишей «Shift». В ответ на одно из этих действий на экране будет отображена дополнительная форма (см. рис. 49).

В этой форме необходимо указать путь и имя внешнего файла, в который будет помещена выгрузка, а также путь и имя файла-шаблона, в соответствии с которым будет сгенерирована выгрузка, после чего следует нажать на кнопку «Сохранить». В результате Программа сформирует для менеджера экспорта задание по созданию указанного файла выгрузки в соответствии с указанным файлом-шаблоном. При этом в окне заказов будет дополнительно отображён список заказов для выбранного договора на текущем активном канале.

Для отмены экспорта списка заказов необходимо нажать на кнопку «Отмена».

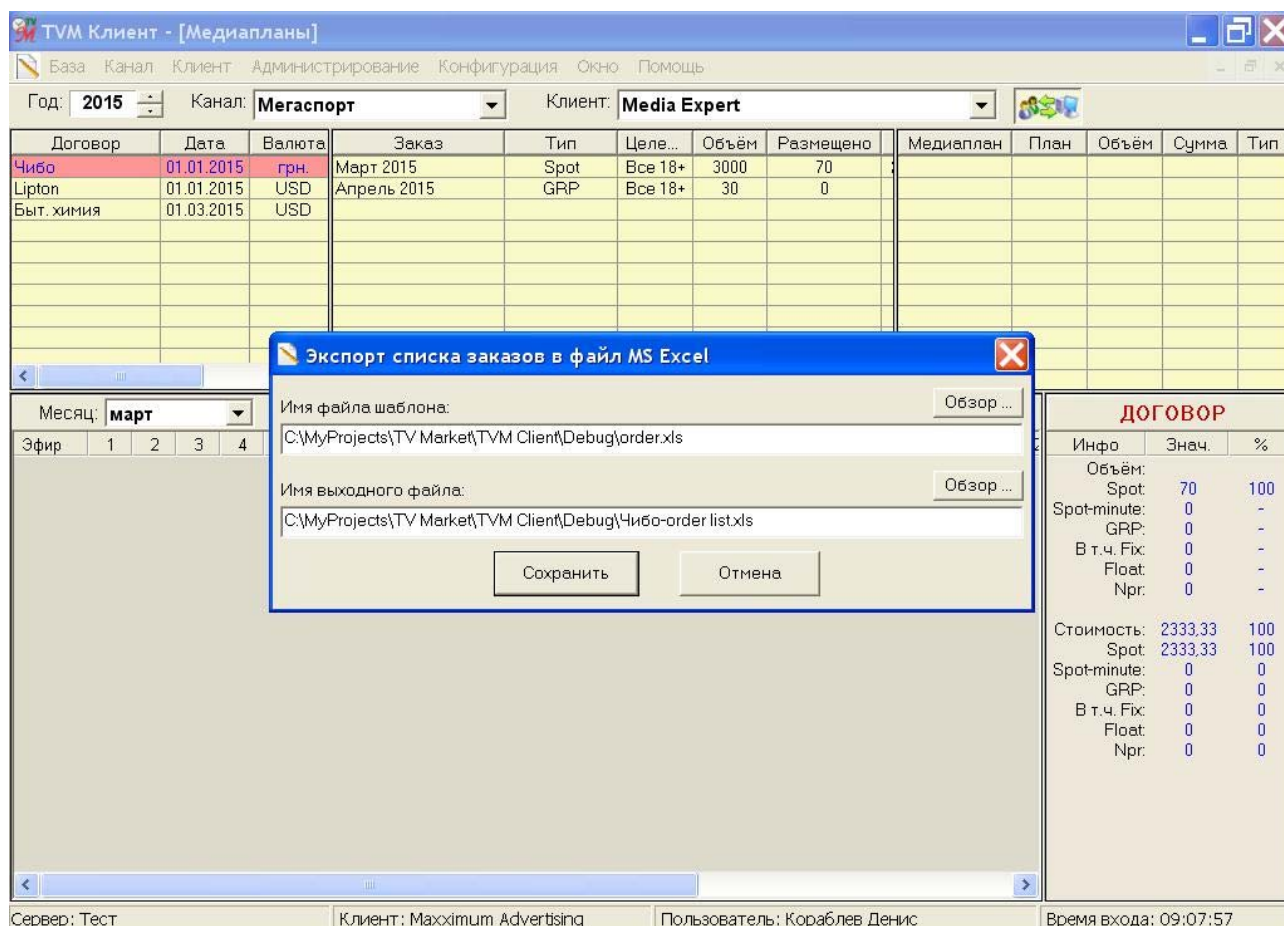


Рисунок 49. Экспорт списка заказов в файл MS Excel

В шаблоне описания списка заказов, кроме стандартных операторов выгрузки, могут использоваться следующие переменные и циклы:

№ п/п	Тип	Имя	Значение
1.	статическая переменная BINARY	<i>rights</i>	Наличие в ответе корректной информации об объемах и стоимостях заказов, что зависит от прав пользователя, который выгружает список заказов. Для доступа к флагу наличия информации об объемах заказов необходимо указание следующих параметров: <i>#rights(0,0,1)</i> . Интерпретация значения: 0 – информация об объемах заказов отсутствует (значения переменных <i>volum1</i> , <i>volum2</i> , <i>volum3</i> , <i>busy1</i> , <i>busy2</i> , <i>busy3</i> , <i>minvol</i> , <i>mingrp</i> , <i>sum1</i> , <i>sum2</i> и <i>sum3</i> нулевые), 1 – информация об объемах заказов присутствует. Для доступа к флагу наличия информации о стоимостях заказов необходимо указание следующих параметров: <i>#rights(0,1,1)</i> . Интерпретация значения: 0 – информация о стоимостях заказов отсутствует (значения переменных <i>ofprice1</i> , <i>ofprice2</i> , <i>ofprice3</i> , <i>price1</i> , <i>price2</i> , <i>price3</i> , <i>coef1f</i> , <i>coef2f</i> , <i>coef3f</i> , <i>coef3b</i> , <i>coef2b</i> , <i>coef1b</i> , <i>sum1</i> , <i>sum2</i> и <i>sum3</i> нулевые), 1 – информация о стоимостях заказов присутствует.
2.	статическая переменная	<i>year</i>	Год договора, список заказов которого выгружается. Для доступа к значению года параметры указывать не

	BINARY		нужно: <i>#year()</i> .
3.	статичная переменная DATE	<i>dateAgree</i>	Дата подписания договора, в формате ГГГГ-ММ-ДД.
4.	статичная переменная TEXT	<i>nameClient</i>	Имя клиента, заказы которого выгружаются.
5.	статичная переменная TEXT	<i>nameAgree</i>	Название договора, заказы которого выгружаются.
6.	статичная переменная TEXT	<i>nameDev</i>	Название валюты договора, заказы которого выгружаются.
7.	статичная переменная REAL	<i>budgetAgree</i>	Бюджет договора, в его валюте, или 0, если бюджет договора не указан.
8.	статичная переменная REAL	<i>partAgree</i>	Доля договора, в процентах, или 0, если доля договора не указана.
9.	статичная переменная TEXT	<i>nameChannel</i>	Название канала, заказы которого выгружаются.
10.	цикл	<i>order</i>	Описание очередного заказа в списке заказов.
11.	циклическая переменная NCYCLE	<i>nOrder</i>	Порядковый номер текущего заказа в списке заказов. После выхода из цикла – значение 1.
12.	циклическая переменная TEXT	<i>nameOrder</i>	Название текущего заказа.
13.	циклическая переменная TEXT	<i>nameGroup</i>	Название целевой аудитории, к которой привязан текущий заказ.
14.	циклическая переменная TEXT	<i>about</i>	Примечание к текущему заказу.
15.	циклическая переменная BINARY	<i>typeOrder</i>	Тип размещения заказа, тип рекламного блока для заказа и тип привязки по вытеснению (только для заказа Spot или Spot-minute). Для доступа к типу размещения заказа необходимо указание следующих параметров: <i>#typeOrder(0,0,15)</i>. Интерпретация значения: 0 – заказ для размещения Spot-minute, 1 – заказ для размещения Spot, 2 – заказ для размещения GRP. Для доступа к типу рекламного блока для заказа необходимо указание следующих параметров: <i>#typeOrder(0,4,15)</i>. Интерпретация значения: 0 – коммерческая реклама, 1 – политическая реклама, 2 – социальная реклама, 3 – спонсорская заставка, 4 – анонс, 5 – логотип, 6 – банер, 7 – бегущая строка, 8 – устное объявление, 9 – партнёр показа, 10 – региональная реклама. Для доступа к типу привязки по вытеснению для заказа

			Spot или Spot-minute необходимо указание следующих параметров: <i>#typeOrder(0,8,3)</i> . Интерпретация значения: 0 – как Spot, 1 – как Fix, 2 – как Float, 3 – как Npr.
16.	циклическая переменная DATE	<i>fromDate</i>	Дата начала действия заказа, в формате ГГГГ-ММ-ДД.
17.	циклическая переменная DATE	<i>toDate</i>	Дата (последний день) окончания действия заказа, в формате ГГГГ-ММ-ДД.
18.	циклическая переменная DATE	<i>datePrice</i>	Дата привязки заказа к прайс-листу, в формате ГГГГ-ММ-ДД, или 0, если заказ не привязан к прайс-листу (только для заказа Spot-minute).
19.	циклическая переменная BINARY	<i>flags</i>	Флаги заказа: метод расчёта взвешенного рейтинга (только для заказа GRP). Для доступа к методу расчёта взвешенного рейтинга заказа необходимо указание следующих параметров: <i>#flags(0,1,1)</i> . Интерпретация значения: 0 – пропорционально, 1 – с коэффициентом.
20.	циклическая переменная BINARY	<i>fixMode</i>	Режимы вытеснения фиксированных позиций. Для доступа к режиму вытеснения фиксированной позиции +1F необходимо указание следующих параметров: <i>#fixMode(0,0,1)</i> . Интерпретация значения: 0 – не вытесняется, 1 – вытесняется. Для доступа к режиму вытеснения фиксированной позиции +2F необходимо указание следующих параметров: <i>#fixMode(0,1,1)</i> . Интерпретация значения: 0 – не вытесняется, 1 – вытесняется. Для доступа к режиму вытеснения фиксированной позиции +3F необходимо указание следующих параметров: <i>#fixMode(0,2,1)</i> . Интерпретация значения: 0 – не вытесняется, 1 – вытесняется. Для доступа к режиму вытеснения фиксированной позиции 3B+ необходимо указание следующих параметров: <i>#fixMode(0,3,1)</i> . Интерпретация значения: 0 – не вытесняется, 1 – вытесняется. Для доступа к режиму вытеснения фиксированной позиции 2B+ необходимо указание следующих параметров: <i>#fixMode(0,4,1)</i> . Интерпретация значения: 0 – не вытесняется, 1 – вытесняется. Для доступа к режиму вытеснения фиксированной позиции 1B+ необходимо указание следующих параметров: <i>#fixMode(0,5,1)</i> . Интерпретация значения: 0 – не вытесняется, 1 – вытесняется.
21.	циклическая переменная REAL	<i>volum1</i>	Общий объём заказа Spot или Spot-minute, или общий объём по Fix для заказа GRP.
22.	циклическая переменная REAL	<i>volum2</i>	Общий объём по Float для заказа GRP (для заказов Spot и Spot-minute не используется).
23.	циклическая переменная	<i>volum3</i>	Общий объём по Npr для заказа GRP (для заказов Spot и Spot-minute не используется).

	REAL		
24.	циклическая переменная REAL	<i>busy1</i>	Занятый объем заказа Spot или Spot-minute, или занятый объем по Fix для заказа GRP.
25.	циклическая переменная REAL	<i>busy2</i>	Занятый объем по Float для заказа GRP (для заказов Spot и Spot-minute не используется).
26.	циклическая переменная REAL	<i>busy3</i>	Занятый объем по Npr для заказа GRP (для заказов Spot и Spot-minute не используется).
27.	циклическая переменная REAL	<i>minvol</i>	Минимальный общий объем, который должен быть размещен по заказу.
28.	циклическая переменная REAL	<i>mingrp</i>	Минимальный рейтинг заказа (только для заказов GRP).
29.	циклическая переменная REAL	<i>ofprice1</i>	Цена заказа для OFFPRIMETIME по GRP:Fix, Spot или скидка по Spot-minute.
30.	циклическая переменная REAL	<i>ofprice2</i>	Цена заказа для OFFPRIMETIME по GRP:Float (для заказов Spot и Spot-minute не используется).
31.	циклическая переменная REAL	<i>ofprice3</i>	Цена заказа для OFFPRIMETIME по GRP:Npr (для заказов Spot и Spot-minute не используется).
32.	циклическая переменная REAL	<i>price1</i>	Цена заказа для PRIMETIME по GRP:Fix, Spot или скидка по Spot-minute.
33.	циклическая переменная REAL	<i>price2</i>	Цена заказа для PRIMETIME по GRP:Float (для заказов Spot и Spot-minute не используется).
34.	циклическая переменная REAL	<i>price3</i>	Цена заказа для PRIMETIME по GRP:Npr (для заказов Spot и Spot-minute не используется).
35.	циклическая переменная REAL	<i>coef1f</i>	Коэффициент наценки для фиксированной позиции +1F.
36.	циклическая переменная REAL	<i>coef2f</i>	Коэффициент наценки для фиксированной позиции +2F.
37.	циклическая переменная REAL	<i>coef3f</i>	Коэффициент наценки для фиксированной позиции +3F.
38.	циклическая переменная REAL	<i>coef3b</i>	Коэффициент наценки для фиксированной позиции 3B+.
39.	циклическая переменная REAL	<i>coef2b</i>	Коэффициент наценки для фиксированной позиции 2B+.
40.	циклическая переменная REAL	<i>coef1b</i>	Коэффициент наценки для фиксированной позиции 1B+.

41.	циклическая переменная REAL	<i>sum1</i>	Общая стоимость размещённой части заказа Spot или Spot-minute, или общая стоимость размещённой части по Fix для заказа GRP.
42.	циклическая переменная REAL	<i>sum2</i>	Общая стоимость размещённой части по Float для заказа GRP (для заказов Spot и Spot-minute не используется).
43.	циклическая переменная REAL	<i>sum3</i>	Общая стоимость размещённой части по Npr для заказа GRP (для заказов Spot и Spot-minute не используется).

7.6. Выгрузка списка медиапланов у клиента

Программа позволяет выгрузить во внешний файл формата MS Excel список всех медиапланов клиента в рамках выбранного в информационном окне заказа.

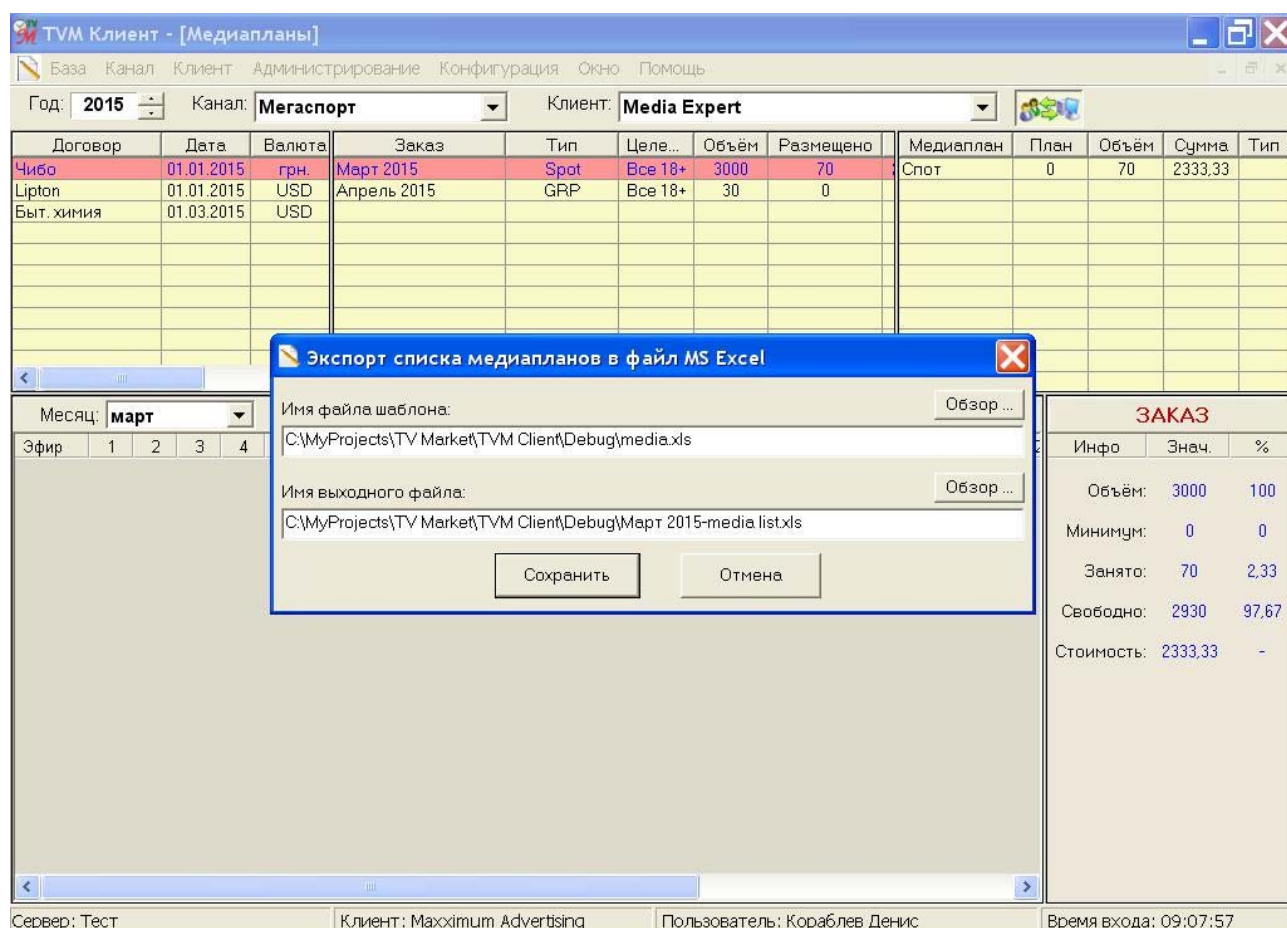


Рисунок 50. Экспорт списка медиапланов в файл MS Excel

Для этого необходимо выделить требуемый заказ в информационном окне, после чего в закладке меню «Клиент» выбрать пункты «Медиапланы» – «Экспорт ...». Альтернативным вариантом выгрузки списка медиапланов есть двойной щелчок левой кнопкой мыши по требуемому заказу в информационном окне с удерживаемой в нажатом состоянии клавишей «Shift». В ответ на одно из этих действий на экране будет отображена дополнительная форма (см. рис. 50).

В этой форме необходимо указать путь и имя внешнего файла, в который будет помещена выгрузка, а также путь и имя файла-шаблона, в соответствии с которым будет сгенерирована выгрузка, после чего следует нажать на кнопку «Сохранить». В результате Программа сформирует для менеджера экспорта задание по созданию указанного файла выгрузки в соответствии с указанным файлом-шаблоном. При этом в окне медиапланов будет дополнительно отображён список медиапланов для выбранного заказа.

Для отмены экспорта списка медиапланов необходимо нажать на кнопку «Отмена».

В шаблоне описания списка медиапланов, кроме стандартных операторов выгрузки, могут использоваться следующие переменные и циклы:

№ п/п	Тип	Имя	Значение
1.	статичная переменная BINARY	<i>rights</i>	Наличие в ответе корректной информации об объёмах и стоимостях, что зависит от прав пользователя, который выгружает список медиапланов. Для доступа к флагу наличия информации об объёмах необходимо указание следующих параметров: <i>#rights(0,0,1)</i> . Интерпретация значения: 0 – информация об объёмах отсутствует (значения переменных <i>volOrder1</i> , <i>volOrder2</i> , <i>volOrder3</i> , <i>busyOrder1</i> , <i>busyOrder2</i> , <i>busyOrder3</i> , <i>sumOrder1</i> , <i>sumOrder2</i> , <i>sumOrder3</i> , <i>minvol</i> , <i>mingrp</i> , <i>volum1</i> , <i>volum2</i> , <i>volum3</i> , <i>busy1</i> , <i>busy2</i> , <i>busy3</i> , <i>sum1</i> , <i>sum2</i> и <i>sum3</i> нулевые), 1 – информация об объёмах присутствует. Для доступа к флагу наличия информации о стоимостях необходимо указание следующих параметров: <i>#rights(0,1,1)</i> . Интерпретация значения: 0 – информация о стоимостях отсутствует (значения переменных <i>ofprice1</i> , <i>ofprice2</i> , <i>ofprice3</i> , <i>price1</i> , <i>price2</i> , <i>price3</i> , <i>coef1f</i> , <i>coef2f</i> , <i>coef3f</i> , <i>coef3b</i> , <i>coef2b</i> , <i>coef1b</i> , <i>sumOrder1</i> , <i>sumOrder2</i> , <i>sumOrder3</i> , <i>sum1</i> , <i>sum2</i> и <i>sum3</i> нулевые), 1 – информация о стоимостях присутствует.
2.	статичная переменная BINARY	<i>year</i>	Год договора, список медиапланов которого выгружается. Для доступа к значению года параметры указывать не нужно: <i>#year()</i> .
3.	статичная переменная DATE	<i>dateAgree</i>	Дата подписания договора, в формате ГГГГ-ММ-ДД.
4.	статичная переменная TEXT	<i>nameClient</i>	Имя клиента, медиапланы которого выгружаются.
5.	статичная переменная TEXT	<i>nameAgree</i>	Название договора, медиапланы которого выгружаются.
6.	статичная переменная TEXT	<i>nameDev</i>	Название валюты договора, медиапланы которого выгружаются.
7.	статичная	<i>budgetAgree</i>	Бюджет договора, в его валюте, или 0, если бюджет

	переменная REAL		договора не указан.
8.	статичная переменная REAL	<i>partAgree</i>	Доля договора, в процентах, или 0, если доля договора не указана.
9.	статичная переменная TEXT	<i>nameChannel</i>	Название канала, медиапланы которого выгружаются.
10.	статичная переменная TEXT	<i>nameOrder</i>	Название заказа, медиапланы которого выгружаются.
11.	статичная переменная TEXT	<i>nameGroup</i>	Название целевой группы заказа, медиапланы которого выгружаются.
12.	статичная переменная TEXT	<i>aboutOrder</i>	Примечание к заказу, медиапланы которого выгружаются.
13.	статичная переменная BINARY	<i>typeOrder</i>	Тип размещения заказа, медиапланы которого выгружаются, тип рекламного блока для заказа и тип привязки по вытеснению (только для заказа Spot или Spot-minute). Для доступа к типу размещения заказа необходимо указание следующих параметров: <i>#typeOrder(0,0,15)</i>. Интерпретация значения: 0 – заказ для размещения Spot-minute, 1 – заказ для размещения Spot, 2 – заказ для размещения GRP. Для доступа к типу рекламного блока для заказа необходимо указание следующих параметров: <i>#typeOrder(0,4,15)</i>. Интерпретация значения: 0 – коммерческая реклама, 1 – политическая реклама, 2 – социальная реклама, 3 – спонсорская заставка, 4 – анонс, 5 – логотип, 6 – банер, 7 – бегущая строка, 8 – устное объявление, 9 – партнёр показа, 10 – региональная реклама. Для доступа к типу привязки по вытеснению для заказа Spot или Spot-minute необходимо указание следующих параметров: <i>#typeOrder(0,8,3)</i>. Интерпретация значения: 0 – как Spot, 1 – как Fix, 2 – как Float, 3 – как Npr.
14.	статичная переменная DATE	<i>fromOrder</i>	Дата начала действия заказа, медиапланы которого выгружаются, в формате ГГГГ-ММ-ДД.
15.	статичная переменная DATE	<i>toOrder</i>	Дата (последний день) окончания действия заказа, медиапланы которого выгружаются, в формате ГГГГ-ММ-ДД.
16.	статичная переменная DATE	<i>datePrice</i>	Дата привязки заказа, медиапланы которого выгружаются, к прайс-листу, в формате ГГГГ-ММ-ДД, или 0, если заказ не привязан к прайс-листу (только для заказа Spot-minute).
17.	статичная переменная BINARY	<i>flags</i>	Флаги заказа, медиапланы которого выгружаются: метод расчёта взвешенного рейтинга (только для заказа GRP).

			Для доступа к методу расчёта взвешенного рейтинга заказа необходимо указание следующих параметров: <i>#flags(0,1,1)</i> . Интерпретация значения: 0 – пропорционально, 1 – с коэффициентом.
18.	статичная переменная BINARY	<i>fixMode</i>	Режимы вытеснения фиксированных позиций. Для доступа к режиму вытеснения фиксированной позиции +1F необходимо указание следующих параметров: <i>#fixMode(0,0,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – не вытесняется, 1 – вытесняется. Для доступа к режиму вытеснения фиксированной позиции +2F необходимо указание следующих параметров: <i>#fixMode(0,1,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – не вытесняется, 1 – вытесняется. Для доступа к режиму вытеснения фиксированной позиции +3F необходимо указание следующих параметров: <i>#fixMode(0,2,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – не вытесняется, 1 – вытесняется. Для доступа к режиму вытеснения фиксированной позиции 3B+ необходимо указание следующих параметров: <i>#fixMode(0,3,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – не вытесняется, 1 – вытесняется. Для доступа к режиму вытеснения фиксированной позиции 2B+ необходимо указание следующих параметров: <i>#fixMode(0,4,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – не вытесняется, 1 – вытесняется. Для доступа к режиму вытеснения фиксированной позиции 1B+ необходимо указание следующих параметров: <i>#fixMode(0,5,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – не вытесняется, 1 – вытесняется.
19.	статичная переменная REAL	<i>volOrder1</i>	Общий объём заказа, медиапланы которого выгружаются, Spot или Spot-minute, или общий объём по Fix для заказа GRP, или 0, если в правах нет доступа к объёмам.
20.	статичная переменная REAL	<i>volOrder2</i>	Общий объём по Float для заказа GRP, медиапланы которого выгружаются (для заказов Spot и Spot-minute не используется), или 0, если в правах нет доступа к объёмам.
21.	статичная переменная REAL	<i>volOrder3</i>	Общий объём по Npr для заказа GRP, медиапланы которого выгружаются (для заказов Spot и Spot-minute не используется), или 0, если в правах нет доступа к объёмам.
22.	статичная переменная REAL	<i>busyOrder1</i>	Занятый объём заказа Spot или Spot-minute, медиапланы которого выгружаются, или занятый объём по Fix для заказа GRP, или 0, если в правах нет доступа к объёмам.
23.	статичная переменная REAL	<i>busyOrder2</i>	Занятый объём по Float для заказа GRP, медиапланы которого выгружаются (для заказов Spot и Spot-minute не используется), или 0, если в правах нет доступа к объёмам.
24.	статичная переменная REAL	<i>busyOrder3</i>	Занятый объём по Npr для заказа GRP, медиапланы которого выгружаются (для заказов Spot и Spot-minute не используется), или 0, если в правах нет доступа к

			объёмам.
25.	статичная переменная REAL	<i>minvol</i>	Минимальный общий объём, который должен быть размещён по заказу, медиапланы которого выгружаются, или 0, если в правах нет доступа к объёмам.
26.	статичная переменная REAL	<i>mingrp</i>	Минимальный рейтинг заказа, медиапланы которого выгружаются (только для заказов GRP), или 0, если в правах нет доступа к объёмам.
27.	статичная переменная REAL	<i>ofprice1</i>	Цена заказа, медиапланы которого выгружаются, для OFFPRIMETIME по GRP:Fix, Spot или скидка по Spot-minute, или 0, если в правах нет доступа к стоимостям.
28.	статичная переменная REAL	<i>ofprice2</i>	Цена заказа, медиапланы которого выгружаются, для OFFPRIMETIME по GRP:Float (для заказов Spot и Spot-minute не используется) , или 0, если в правах нет доступа к стоимостям.
29.	статичная переменная REAL	<i>ofprice3</i>	Цена заказа, медиапланы которого выгружаются, для OFFPRIMETIME по GRP:Npr (для заказов Spot и Spot-minute не используется) , или 0, если в правах нет доступа к стоимостям.
30.	статичная переменная REAL	<i>price1</i>	Цена заказа, медиапланы которого выгружаются, для PRIMETIME по GRP:Fix, Spot или скидка по Spot-minute, или 0, если в правах нет доступа к стоимостям.
31.	статичная переменная REAL	<i>price2</i>	Цена заказа, медиапланы которого выгружаются, для PRIMETIME по GRP:Float (для заказов Spot и Spot-minute не используется) , или 0, если в правах нет доступа к стоимостям.
32.	статичная переменная REAL	<i>price3</i>	Цена заказа, медиапланы которого выгружаются, для PRIMETIME по GRP:Npr (для заказов Spot и Spot-minute не используется) , или 0, если в правах нет доступа к стоимостям.
33.	статичная переменная REAL	<i>coef1f</i>	Коэффициент наценки для фиксированной позиции +1F, или 0, если в правах нет доступа к стоимостям.
34.	статичная переменная REAL	<i>coef2f</i>	Коэффициент наценки для фиксированной позиции +2F, или 0, если в правах нет доступа к стоимостям.
35.	статичная переменная REAL	<i>coef3f</i>	Коэффициент наценки для фиксированной позиции +3F, или 0, если в правах нет доступа к стоимостям.
36.	статичная переменная REAL	<i>coef3b</i>	Коэффициент наценки для фиксированной позиции 3B+, или 0, если в правах нет доступа к стоимостям.
37.	статичная переменная REAL	<i>coef2b</i>	Коэффициент наценки для фиксированной позиции 2B+, или 0, если в правах нет доступа к стоимостям.
38.	статичная переменная REAL	<i>coef1b</i>	Коэффициент наценки для фиксированной позиции 1B+, или 0, если в правах нет доступа к стоимостям.
39.	статичная переменная REAL	<i>sumOrder1</i>	Общая стоимость размещённой части заказа Spot или Spot-minute, медиапланы которого выгружаются, или общая стоимость размещённой части по Fix для заказа GRP, или 0, если в правах нет доступа к объёмам или

			стоимостям.
40.	статичная переменная REAL	<i>sumOrder2</i>	Общая стоимость размещённой части по Float для заказа GRP, медиапланы которого выгружаются (для заказов Spot и Spot-minute не используется), или 0, если в правах нет доступа к объёмам или стоимостям.
41.	статичная переменная REAL	<i>sumOrder3</i>	Общая стоимость размещённой части по Npr для заказа GRP, медиапланы которого выгружаются (для заказов Spot и Spot-minute не используется), или 0, если в правах нет доступа к объёмам или стоимостям.
42.	цикл	<i>media</i>	Описание очередного медиаплана в списке медиапланов.
43.	циклическая переменная NCYCLE	<i>nMedia</i>	Порядковый номер текущего медиаплана в списке медиапланов. После выхода из цикла – значение 1.
44.	циклическая переменная TEXT	<i>nameMedia</i>	Название текущего медиаплана.
45.	циклическая переменная REAL	<i>volum1</i>	Планируемый объём медиаплана для заказа Spot или Spot-minute, или планируемый объём медиаплана по Fix для заказа GRP.
46.	циклическая переменная REAL	<i>volum2</i>	Планируемый объём медиаплана по Float для заказа GRP или 0 для заказов Spot и Spot-minute.
47.	циклическая переменная REAL	<i>volum3</i>	Планируемый объём медиаплана по Npr для заказа GRP или 0 для заказов Spot и Spot-minute.
48.	циклическая переменная REAL	<i>busy1</i>	Текущий размещённый объём медиаплана для заказа Spot или Spot-minute, или текущий размещённый объём медиаплана по Fix для заказа GRP, или 0, если в правах нет доступа к объёмам.
49.	циклическая переменная REAL	<i>busy2</i>	Текущий размещённый объём медиаплана по Float для заказа GRP или 0 для заказов Spot и Spot-minute, или 0, если в правах нет доступа к объёмам.
50.	циклическая переменная REAL	<i>busy3</i>	Текущий размещённый объём медиаплана по Npr для заказа GRP или 0 для заказов Spot и Spot-minute, или 0, если в правах нет доступа к объёмам.
51.	циклическая переменная REAL	<i>sum1</i>	Текущая стоимость размещённой части медиаплана для заказа Spot или Spot-minute, или текущая стоимость размещённой части медиаплана по Fix для заказа GRP, или 0, если в правах нет доступа к объёмам или стоимости.
52.	циклическая переменная REAL	<i>sum2</i>	Текущая стоимость размещённой части медиаплана по Float для заказа GRP или 0 для заказов Spot и Spot-minute, если в правах нет доступа к объёмам или стоимости.
53.	циклическая переменная REAL	<i>sum3</i>	Текущая стоимость размещённой части медиаплана по Npr для заказа GRP или 0 для заказов Spot и Spot-minute, если в правах нет доступа к объёмам или стоимости.

7.7. Выгрузка списка видеороликов у клиента

Программа позволяет выгрузить во внешний файл формата MS Excel список всех видеороликов текущего активного клиента, выбранного на панели фильтров её главного окна.

Для этого необходимо в закладке меню «Клиент» выбрать пункты «Видеоролики» – «Экспорт ...» либо воспользоваться комбинацией горячих клавиш «Ctrl+Shift+Q». В ответ на это действие на экране появится дополнительная форма (см. рис. 51).

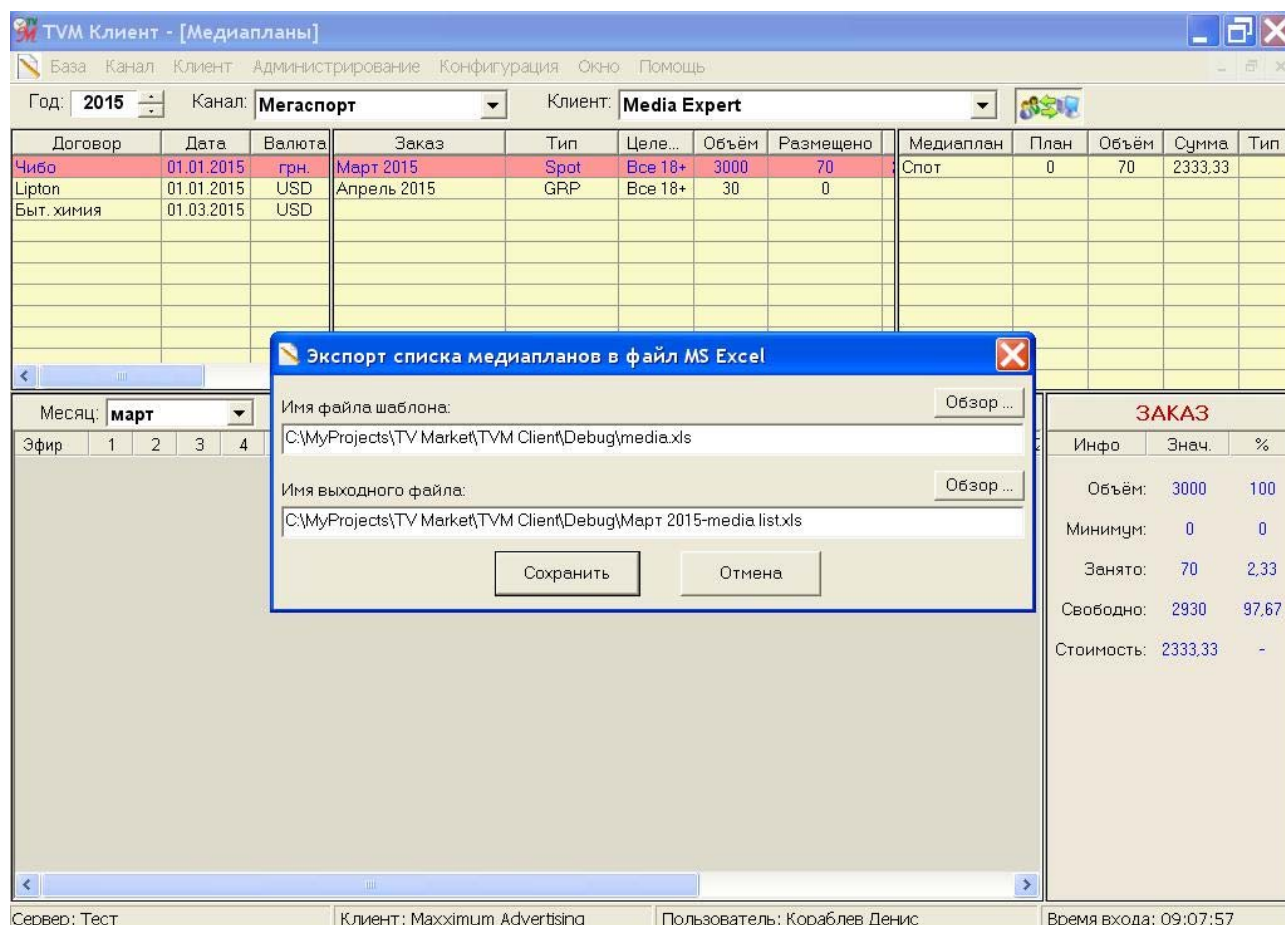


Рисунок 51. Экспорт списка видеороликов в файл MS Excel

В этой форме необходимо указать путь и имя внешнего файла, в который будет помещена выгрузка, а также путь и имя файла-шаблона, в соответствии с которым будет сгенерирована выгрузка, после чего следует нажать на кнопку «Сохранить». В результате Программа сформирует для менеджера экспорта задание по созданию указанного файла выгрузки в соответствии с указанным файлом-шаблоном. При этом будет дополнительно открыто окно видеороликов, если оно на момент экспорта списка видеороликов ещё не было отображено на экране.

Для отмены экспорта списка видеороликов необходимо нажать на кнопку «Отмена».

В шаблоне описания списка видеороликов, кроме стандартных операторов выгрузки, могут использоваться следующие переменные и циклы:

№ п/п	Тип	Имя	Значение
1.	статическая переменная BINARY	<i>flags</i>	Флаги ответа: статус выгружаемых видеороликов (действующие или архивные). Для доступа к значению статуса необходимо указание следующих параметров: <i>#flags(0,0,1)</i> . Интерпретация значения: 0 – действующие, 1 – архивные.
2.	статическая переменная TEXT	<i>nameClient</i>	Имя клиента, видеоролики которого выгружаются.
3.	цикл	<i>video</i>	Описание очередного видеоролика в списке видеороликов.
4.	циклическая переменная NCYCLE	<i>nVideo</i>	Порядковый номер текущего видеоролика в списке видеороликов. После выхода из цикла – значение 1.
5.	циклическая переменная TEXT	<i>nameVideo</i>	Название текущего видеоролика.
6.	циклическая переменная TEXT	<i>versVideo</i>	Версия видеоролика или пустая строка, если версия не указана.
7.	циклическая переменная TEXT	<i>codeVideo</i>	Код видеоролика или пустая строка, если код не указан.
8.	циклическая переменная TEXT	<i>classVideo</i>	Название класса товаров, к которому относится видеоролик.
9.	циклическая переменная BINARY	<i>lenVideo</i>	Хронометраж видеоролика, в секундах (символах). Для доступа к значению хронометража параметры указывать не нужно: <i>#lenVideo()</i> .
10.	циклическая переменная DATE	<i>dateVideo</i>	Дата создания видеоролика, в формате ГГГГ-ММ-ДД.
11.	циклическая переменная BINARY	<i>flagsVideo</i>	Флаги видеоролика: архивный или действующий видеоролик. Для доступа к флагу архивности видеоролика необходимо указание следующих параметров: <i>#flagsVideo(0,0,1)</i> . Интерпретация значения: 0 – видеоролик действующий, 1 – видеоролик архивный.
12.	циклическая переменная BINARY	<i>typeVideo</i>	Тип видеоролика: тип рекламного блока, к которому привязан видеоролик. Для доступа к типу рекламного блока необходимо указание следующих параметров: <i>#typeVideo(0,0,15)</i> . Интерпретация значения: 0 – коммерческая реклама, 1 – политическая реклама, 2 – социальная реклама, 3 – спонсорская заставка, 4 – анонс, 5 – логотип, 6 – баннер, 7 – бегущая строка, 8 – устное объявление, 9 – партнёр показа, 10 – региональная реклама.
13.	циклическая переменная TEXT	<i>reklamVideo</i>	Название рекламодателя, к которому относится видеоролик, или пустая строка, если видеоролик не привязан к рекламодателю.

14.	циклическая переменная ТЕКСТ	<i>brand1Video</i>	Название первого бренда, к которому относится видеоролик, или пустая строка, если видеоролик не привязан к первому бренду.
15.	циклическая переменная ТЕКСТ	<i>brand2Video</i>	Название второго бренда, к которому относится видеоролик, или пустая строка, если видеоролик не привязан ко второму бренду.
16.	циклическая переменная ТЕКСТ	<i>brand3Video</i>	Название третьего бренда, к которому относится видеоролик, или пустая строка, если видеоролик не привязан к третьему бренду.
17.	циклическая переменная ТЕКСТ	<i>aboutVideo</i>	Комментарий к видеоролику или пустая строка, если комментария нет.

7.8. Создание и выгрузка отчёта № 1 по объёмам и стоимостям

Для подсчёта суммарного объёма и стоимости размещений за определённый интервал времени по различным условиям используется отчёт № 1. Для его создания необходимо в закладке меню «Клиент» выбрать пункты «Отчёты» – «Объёмы и стоимость» либо нажать комбинацию горячих клавиш «Ctrl+1», либо в закладке меню «Канал» выбрать пункты «Отчёты» – «Объёмы и стоимость».

В ответ на эти действия на экране появится форма с 19 критериями выборки создаваемого отчёта (см. рис. 52).

Для того, чтобы задать соответствующий критерий, необходимо перевести находящийся рядом с ним переключатель в положение «Выбран». Для того, чтобы убрать выбранный критерий поиска, необходимо перевести переключатель в положение «Не выбран».

Критерий «Клиент» ограничивает поиск размещений видеороликов только указанным клиентом. Если он не выбран, поиск производится по видеороликам всех клиентов.

Критерий «Год» задаёт год выборки договоров. Если он не выбран, поиск производится по договорам за все годы.

Критерий «Договор» ограничивает поиск размещений только в рамках указанного договора. Если он не выбран, поиск производится по всем договорам. Этот критерий не может быть выбран, если не выбраны критерии «Клиент» и «Год», поскольку договора существуют только в привязке к клиенту и году.

Критерий «Жанр» ограничивает поиск размещений только в шаблонных телепередачах указанного жанра. Если он не выбран, поиск производится во всех телепередачах, в том числе и разовых.

Критерий «Канал» ограничивает поиск размещений только на указанном канале. Если он не выбран, поиск производится на всех каналах.

Критерий «Заказ» ограничивает поиск размещений только в рамках указанного заказа. Если он не выбран, поиск производится по всем заказам. Этот критерий не может быть выбран, если не выбраны критерии «Клиент», «Год», «Договор» и «Канал».

The screenshot displays the 'TVM Клиент' application window. The main menu bar includes 'База', 'Канал', 'Клиент', 'Администрирование', 'Конфигурация', 'Окно', and 'Помощь'. The title bar of the active window is 'Отчет об объеме и стоимости размещений'. Inside this window, there is a 'Критерии поиска' (Search Criteria) section with multiple dropdown menus and checkboxes for filtering data. The 'Период' (Period) is set from 25.03.2015 to 25.03.2015. The 'Дни недели' (Days of the week) are set to 'Все' (All). At the bottom, there are buttons for 'Выполнить' (Execute), 'Закрыть' (Close), and 'Обзор...' (Preview...). The status bar at the very bottom of the application shows system information: 'Сервер: Тест', 'Клиент: Maximum Advertising', 'Пользователь: Кораблев Денис', and 'Время входа: 09:07:57'.

Рисунок 52. Форма отчёта № 1 по объёмам и стоимостям

Критерий «Медиаплан» ограничивает поиск размещений только в рамках указанного медиаплана. Если он не выбран, поиск производится по всем медиапланам. Этот критерий не может быть выбран, если не выбраны критерии «Клиент», «Год», «Договор», «Канал» и «Заказ».

Критерий «Тип размещения» ограничивает поиск размещений только среди указанного типа размещения. Если он не выбран, поиск производится по всем типам размещений. Этот критерий автоматически выбирается после выбора критерия «Заказ», поскольку каждый заказ жёстко привязан к одному из типов размещения.

Критерий «Класс вытеснения» ограничивает поиск размещений видеороликов, размещённых только по указанному классу вытеснения (при этом, следует помнить, что класс вытеснения для заказов GRP всегда совпадает с классом размещения). Если он не выбран, поиск производится по всем классам вытеснения.

Критерий «Видеоролик» ограничивает поиск размещений только выходами указанного видеоролика. Если он не выбран, поиск производится по всем видеоролика. Этот критерий не может быть выбран, если не выбран критерий «Клиент».

Критерий «Телепередача» ограничивает поиск размещений только в указанной шаблонной телепередаче. Если он не выбран, поиск производится по

всем телепередачам, включая и разовые. Этот критерий не может быть выбран, если не выбраны критерии «Жанр» и «Канал».

Критерий «Время старта рекламного блока» ограничивает поиск размещений только в тех рекламных блоках, которые начинаются в указанный диапазон времени (первое значение времени включается в диапазон, а второе не включается). Если он не выбран, поиск производится во всех рекламных блоках.

Критерий «Фиксированные позиции в блоке» ограничивает поиск размещений только среди тех видеороликов, которые размещены по указанной комбинации фиксированных позиций или без фиксации на конкретной позиции. Если он не выбран, поиск производится среди всех видеороликов.

Критерий «Старт блока в» ограничивает поиск размещений только в тех рекламных блоках, которые выходят в указанный диапазон времени (OFFPRIMETIME или PRIMETIME). Если он не выбран, поиск производится во всех рекламных блоках.

Критерий «Статус дня» ограничивает поиск размещений только в указанных днях (рабочие дни или выходные дни). Если он не выбран, поиск производится во всех днях.

The screenshot displays the 'TVM Клиент' application window with the 'Отчет об объеме и стоимости размещений' (Report on volume and cost of placements) dialog box open. The dialog box is divided into several sections for configuring search criteria:

- Критерии поиска (Search Criteria):** Includes checkboxes for Client (Media Expert), Contract (Lipton), Genre (empty), Channel (Megasport), Order (March 2015), Media plan (empty), Type of placement (GRP), Video ad (empty), and TV broadcast (empty). There are also dropdowns for 'Класс вытеснения' (Fix) and 'Видеоролик'.
- Источники данных (Data Sources):** Radio buttons for 'Факт или прогноз' (selected), 'Только факт', and 'Только прогноз'.
- Фиксированные позиции в блоке (Fixed positions in block):** Checkboxes for +1F, +2F, +3F, NO (selected), 3B+, 2B+, and 1B+.
- Старт блока в (Start of block at):** A dropdown menu.
- Статус дня (Day status):** A dropdown menu.
- Рекламный блок (Advertising block):** A row of checkboxes for KP, PR, CP, CZ, AN, LG, BN, BS, CO, PP, and RP.
- Период (Period):** Checkboxes for 'С' (selected) and 'П', with date pickers for 23.03.2015 and 29.03.2015.
- Дни недели (Days of the week):** Radio buttons for 'Все' (selected) and 'Комбинация', with checkboxes for Пн, Вт, Ср, Чт, Пт, Сб, and Вс.
- Additional options:** A checkbox for 'Выгрузить развернутый отчет в файл MS Excel по:' and a 'Шаблон:' field.
- Buttons:** 'Выполнить' (Execute), 'Заккрыть' (Close), and 'Обзор...' (Browse).

The bottom status bar of the application shows: 'Сервер: Тест', 'Клиент: Maximum Advertising', 'Пользователь: Кораблев Денис', and 'Время входа: 09:07:57'.

Рисунок 53. Пример формирования отчёта № 1

Критерий «Рекламный блок» ограничивает поиск размещений только в рекламных блоках указанного типа. Если он не выбран, поиск производится во всех рекламных блоках.

Критерий «Период» задаёт начальную и конечную даты поиска видеороликов в таблицах размещения. Если этот критерий не выбран, поиск производится во всех таблицах размещения за весь период существования базы данных.

Критерий «Дни недели» ограничивает поиск размещений только в указанной комбинации дней недели. Если он не выбран, поиск производится во всех днях недели, с понедельника по воскресенье.

Критерий «Источник данных» указывает, из каких таблиц размещения необходимо брать данные для создания отчёта. Возможны варианты «Факт или прогноз» (установлен по умолчанию), «Только факт» или «Только прогноз».

Программа позволяет задать комбинацию любых из указанных условий для ограничения выборки. При этом, все заданные условия объединяются по правилу логического умножения (т.е. выборка будет соответствовать всем заданным условиям).

После задания всех необходимых критериев для просмотра отчёта необходимо нажать на кнопку «Выполнить», в результате чего на экране будет отображено дополнительное окно с информацией об общих объёмах и стоимостях размещённых видеороликов по указанным критериям.

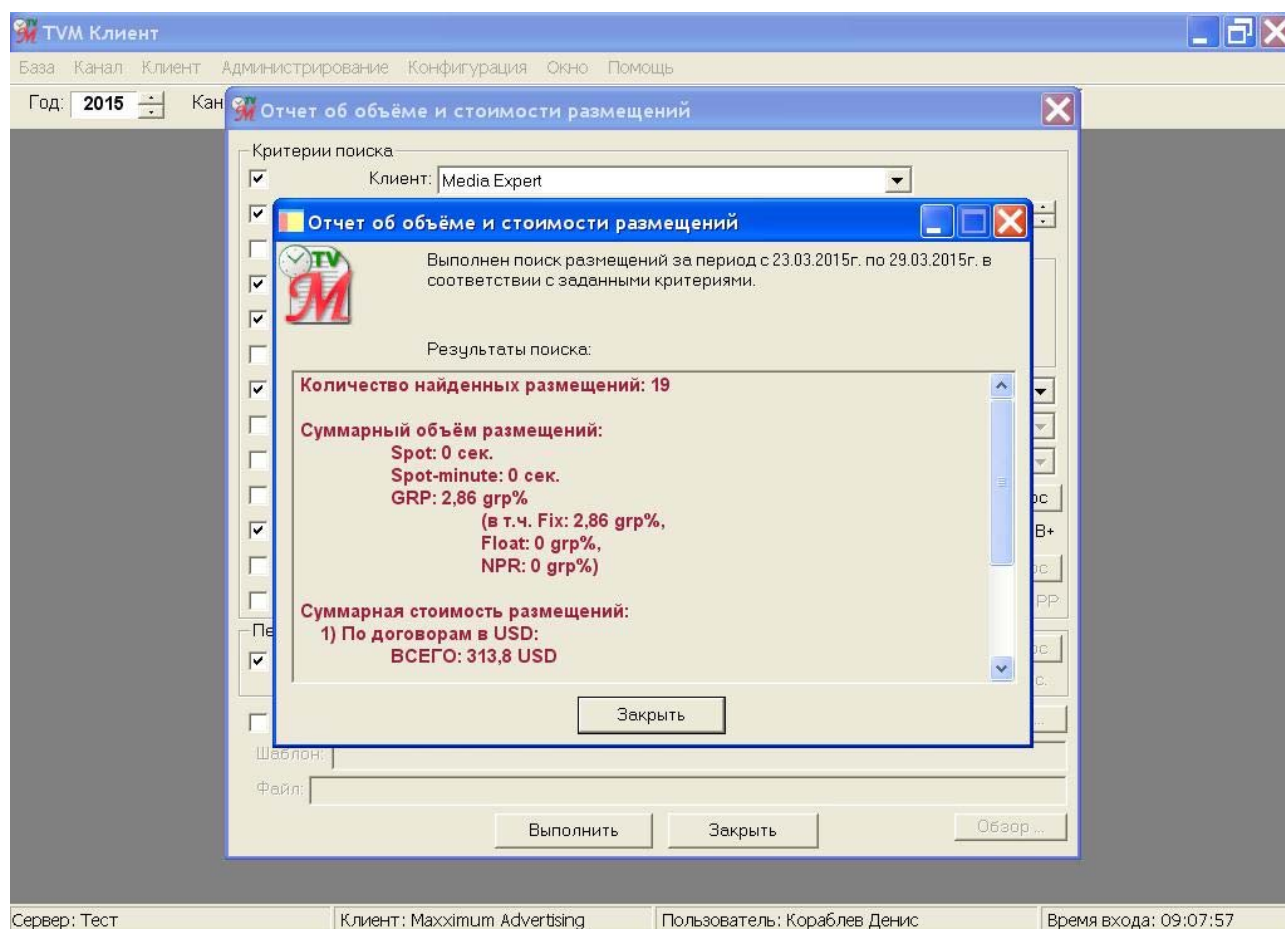


Рисунок 54. Результат выполнения отчёта № 1

Для выхода из формы создания отчёта необходимо нажать на кнопку «Закреть».

Например, комбинация критериев, отмеченных на рис. 53, задаёт отчёт из таблиц «Факт или прогноз» о всех выходах видеороликов в рамках заказа «Март 2015» на канале «Мегаспорт» договора «Lipton» за 2015 год, принадлежащего клиенту «Media Expert» в период с 23 по 29 марта 2015 года, размещённые по классу Fix и не закреплённые на фиксированных позициях.

После его выполнения (см. рис. 54) видно, что в рамках указанного набора критериев найдено 19 выходов видеороликов общим объёмом 2,86 рейтинга на сумму 313,8 USD.

По умолчанию, при вызове формы создания отчёта № 1 все критерии в ней, за исключением периода, сброшены. Исключение составляет вызов этой формы при помощи пунктов меню «Отчёты» – «Объёмы и стоимость» из закладки меню «Канал». В этом случае при вызове формы в ней будет дополнительно установлен критерий «Канал», который будет содержать значение текущего активного канала.

Кроме того, форма отчёта № 1 имеет также факультативную опцию по дополнительной выгрузке развёрнутого варианта отчёта во внешний файл формата MS Excel по заданному набору критериев. Для этого на ней предусмотрена кнопка-переключатель «Выгрузить развёрнутый отчёт в файл MS Excel по», при выборе которой появляется возможность выбрать вид выгружаемого отчёта (в разрезе заказов, в разрезе медиапланов или в разрезе телепередач), указать путь и имя выгружаемого файла, а также путь и имя файла-шаблона для создания этой выгрузки. В результате после нажатия на кнопку «Выполнить» Программа не только сформирует отчёт, но и сгенерирует для менеджера экспорта задание по созданию указанного файла выгрузки в соответствии с указанным файлом-шаблоном.

В шаблоне описания выгрузки отчёта № 1 в разрезе заказов, кроме стандартных операторов выгрузки, могут использоваться следующие переменные и циклы:

№ п/п	Тип	Имя	Значение
1.	статичная переменная BINARY	<i>flags</i>	Наличие в ответе подробного отчёта выгрузки, его тип, тип источника данных для отчёта, флаг учёта рекламных блоков в PRIMETIME, флаг учёта рекламных блоков в OFFPRIMETIME, флаг учёта рабочих дней и флаг учёта выходных дней. Для доступа к полю наличия и типа в ответе подробного отчёта выгрузки необходимо указание следующих параметров: <i>#flags(0,0,7)</i> . Интерпретация значения: 0 – подробный отчёт выгрузки отсутствует, 1 – присутствует подробный отчёт выгрузки по заказам, 2 – присутствует подробный отчёт выгрузки по телепередачам, 3 – присутствует подробный отчёт выгрузки по медиапланам. Для доступа к типу источника данных необходимо указание следующих параметров: <i>#flags(0,3,3)</i> . Интерпретация значения: 0 – факт или прогноз, 1 – только факт, 2 – только прогноз.

			Для доступа к флагу учёта рекламных блоков в PRIMETIME необходимо указание следующих параметров: <i>#flags(0,5,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – такие блоки не учитывались, 1 – такие блоки учитывались. Для доступа к флагу учёта рекламных блоков в OFFPRIMETIME необходимо указание следующих параметров: <i>#flags(0,6,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – такие блоки не учитывались, 1 – такие блоки учитывались. Для доступа к флагу учёта рабочих дней необходимо указание следующих параметров: <i>#flags(0,7,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – такие дни не учитывались, 1 – такие дни учитывались. Для доступа к флагу учёта выходных дней необходимо указание следующих параметров: <i>#flags(0,8,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – такие дни не учитывались, 1 – такие дни учитывались.
2.	статичная переменная BINARY	<i>rights</i>	Наличие в ответе информации о стоимостях, что зависит от прав пользователя, который выгружает отчёт. Для доступа к флагу наличия информации о стоимостях необходимо указание следующих параметров: <i>#rights(0,0,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – информация о стоимостях отсутствует, 1 – информация о стоимостях присутствует.
3.	статичная переменная DATE	<i>fromDate</i>	Дата первого дня отчёта, в формате ГГГГ-ММ-ДД, или «00000000», если отчёт создан за весь диапазон дат.
4.	статичная переменная DATE	<i>toDate</i>	Дата последнего дня отчёта, в формате ГГГГ-ММ-ДД, или «00000000», если отчёт создан за весь диапазон дат.
5.	статичная переменная BINARY	<i>days</i>	Комбинация дней недели, по которым создавался отчёт. Для доступа к флагу использования понедельника необходимо указание следующих параметров: <i>#days(0,0,1)</i>. Для доступа к флагу использования вторника необходимо указание следующих параметров: <i>#days(0,1,1)</i>. Для доступа к флагу использования среды необходимо указание следующих параметров: <i>#days(0,2,1)</i>. Для доступа к флагу использования четверга необходимо указание следующих параметров: <i>#days(0,3,1)</i>. Для доступа к флагу использования пятницы необходимо указание следующих параметров: <i>#days(0,4,1)</i>. Для доступа к флагу использования субботы необходимо указание следующих параметров: <i>#days(0,5,1)</i>. Для доступа к флагу использования воскресенья

			необходимо указание следующих параметров: <i>#days(0,6,1)</i> . Единичное значение говорит о том, что день использовался в отчёте, а нулевое значение – что он не использовался.
6.	статичная переменная TIME	<i>fromTime</i>	Минимальное время старта рекламного блока, которым был ограничен поиск, в формате ЧЧ-ММ-СС-ДД абсолютного времени, или строка «255255255255», если отчёт создан за весь диапазон времени.
7.	статичная переменная TIME	<i>toTime</i>	Время старта рекламного блока, начиная с которого поиск не осуществлялся, в формате ЧЧ-ММ-СС-ДД абсолютного времени, или строка «255255255255», если отчёт создан за весь диапазон времени.
8.	статичная переменная BINARY	<i>type</i>	Тип размещения и класс вытеснения, по которым осуществлялся поиск. Для доступа к флагу наличия ограничений по типу размещения необходимо указание следующих параметров: <i>#type(0,7,1)</i> . Интерпретация значения: 0 – фильтр по типу размещения не использовался, 1 – фильтр по типу размещения использовался. Если фильтр использовался, то для доступа к типу размещений необходимо указание следующих параметров: <i>#type(0,0,7)</i> . Интерпретация значения: 0 – поиск осуществлялся по типу размещения Spot, 1 – GRP, 2 – Spot-minute, 3-7 – не используются. Для доступа к флагу наличия ограничений по классу вытеснения необходимо указание следующих параметров: <i>#type(0,6,1)</i> . Интерпретация значения: 0 – фильтр по классу вытеснения не использовался, 1 – фильтр по классу вытеснения использовался. Если фильтр использовался, то для доступа к классу вытеснения необходимо указание следующих параметров: <i>#type(0,3,3)</i> . Интерпретация значения: 0 – Spot, 1 – Fix, 2 – Float, 3 – Npr.
9.	статичная переменная BINARY	<i>fix</i>	Комбинация фиксированных позиций, по которым осуществлялся поиск. Для доступа к флагу позиции +1F необходимо указание следующих параметров: <i>#fix(0,0,1)</i> . Для доступа к флагу позиции +2F необходимо указание следующих параметров: <i>#fix(0,1,1)</i> . Для доступа к флагу позиции +3F необходимо указание следующих параметров: <i>#fix(0,2,1)</i> . Для доступа к флагу не использования фиксированной позиции необходимо указание следующих параметров: <i>#fix(0,3,1)</i> . Для доступа к флагу использования позиции 3В+ необходимо указание следующих параметров: <i>#fix(0,4,1)</i> . Для доступа к флагу позиции 2В+ необходимо указание следующих параметров: <i>#fix(0,5,1)</i> . Для доступа к флагу позиции 1В+ необходимо указание следующих параметров: <i>#fix(0,6,1)</i> .

			Единичное значение говорит о том, что позиция использовалась в отчёте, а нулевое значение – что она не использовалась.
10.	статичная переменная BINARY	<i>filBlock</i>	Комбинация типов рекламных блоков, по которым осуществлялся поиск. Для доступа к флагу рекламного блока «Коммерческая реклама» необходимо указание следующих параметров: <i>#filBlock(0,0,1)</i>. Для доступа к флагу рекламного блока «Политическая реклама» необходимо указание следующих параметров: <i>#filBlock(0,1,1)</i>. Для доступа к флагу рекламного блока «Социальная реклама» необходимо указание следующих параметров: <i>#filBlock(0,2,1)</i>. Для доступа к флагу рекламного блока «Спонсорская заставка» необходимо указание следующих параметров: <i>#filBlock(0,3,1)</i>. Для доступа к флагу рекламного блока «Анонс» необходимо указание следующих параметров: <i>#filBlock(0,4,1)</i>. Для доступа к флагу рекламного блока «Логотип» необходимо указание следующих параметров: <i>#filBlock(0,5,1)</i>. Для доступа к флагу рекламного блока «Баннер» необходимо указание следующих параметров: <i>#filBlock(0,6,1)</i>. Для доступа к флагу рекламного блока «Бегущая строка» необходимо указание следующих параметров: <i>#filBlock(0,7,1)</i>. Для доступа к флагу рекламного блока «Устное объявление» необходимо указание следующих параметров: <i>#filBlock(0,8,1)</i>. Для доступа к флагу рекламного блока «Партнёр показа» необходимо указание следующих параметров: <i>#filBlock(0,9,1)</i>. Для доступа к флагу рекламного блока «Региональная реклама» необходимо указание следующих параметров: <i>#filBlock(0,10,1)</i>. Единичное значение говорит о том, что рекламные блоки такого типа использовались в отчёте, а нулевое значение – что они не использовались.
11.	статичная переменная TEXT	<i>filClient</i>	Имя клиента, если отчёт был ограничен клиентом, или пустая строка, если отчёт создан по всем клиентам.
12.	статичная переменная BINARY	<i>filYear</i>	Год договоров, которым ограничивался отчёт, или значение 0, если отчёт создан по всем годам договоров. Для доступа к значению года параметры указывать не нужно: <i>#filYear()</i> .
13.	статичная переменная TEXT	<i>filAgree</i>	Название договора, если отчёт был ограничен договором, или пустая строка, если отчёт создан по всем договорам.
14.	статичная	<i>filChannel</i>	Название канала, если отчёт был ограничен каналом,

	переменная TEXT		или пустая строка, если отчёт создан по всем каналам.
15.	статичная переменная TEXT	<i>filGenre</i>	Название жанра телепередач, если отчёт был ограничен жанром, или пустая строка, если отчёт создан по всем жанрам.
16.	статичная переменная TEXT	<i>filShow</i>	Общее название телепередачи, если отчёт был ограничен телепередачей, или пустая строка, если отчёт создан по всем телепередачам.
17.	статичная переменная TEXT	<i>filOrder</i>	Название заказа, если отчёт был ограничен заказом, или пустая строка, если отчёт создан по всем заказам.
18.	статичная переменная TEXT	<i>filMedia</i>	Название медиаплана, если отчёт был ограничен медиапланом, или пустая строка, если отчёт создан по всем медиапланам.
19.	статичная переменная TEXT	<i>filOut</i>	Название видеоролика, если отчёт был ограничен видеороликом, или пустая строка, если отчёт создан по всем видеороликам.
20.	статичная переменная TEXT	<i>filVersOut</i>	Версия видеоролика, если отчёт был ограничен видеороликом и видеоролик имеет версию, или пустая строка, если отчёт создан по всем видеороликам или видеоролик не имеет версии.
21.	статичная переменная BINARY	<i>numOut</i>	Количество выходов за отчётный период. Для доступа к значению количества параметры указывать не нужно: <i>#numOut()</i> .
22.	статичная переменная REAL	<i>vSpot</i>	Суммарный объём Spot-размещений за отчётный период, в секундах.
23.	статичная переменная REAL	<i>vSpotM</i>	Суммарный объём Spot-minute-размещений за отчётный период, в секундах.
24.	статичная переменная REAL	<i>vGRP</i>	Суммарный объём GRP-размещений за отчётный период, в рейтингах.
25.	статичная переменная REAL	<i>vFix</i>	Суммарный объём Fix-размещений за отчётный период, в рейтингах.
26.	статичная переменная REAL	<i>vFloat</i>	Суммарный объём Float-размещений за отчётный период, в рейтингах.
27.	статичная переменная REAL	<i>vNpr</i>	Суммарный объём Npr-размещений за отчётный период, в рейтингах.
28.	статичная переменная BINARY	<i>numDev</i>	Количество валют, которые используются в отчёте. Для доступа к значению количества валют параметры указывать не нужно: <i>#numDev()</i> .
29.	цикл	<i>dev</i>	Описание очередной валюты в списке валовых стоимостей по валютам.
30.	циклическая переменная NCYCLE	<i>nDev</i>	Порядковый номер текущей валюты в списке валовых стоимостей по валютам. После выхода из цикла – значение 1.
31.	циклическая переменная	<i>nameDev</i>	Название текущей валюты.

	TEXT		
32.	циклическая переменная REAL	<i>sSpot</i>	Суммарная стоимость Spot-размещений за отчетный период в текущей валюте.
33.	циклическая переменная REAL	<i>sSpotM</i>	Суммарная стоимость Spot-minute-размещений за отчетный период в текущей валюте.
34.	циклическая переменная REAL	<i>sGRP</i>	Суммарная стоимость GRP-размещений за отчетный период в текущей валюте.
35.	циклическая переменная REAL	<i>sFix</i>	Суммарная стоимость Fix-размещений за отчетный период в текущей валюте.
36.	циклическая переменная REAL	<i>sFloat</i>	Суммарная стоимость Float-размещений за отчетный период в текущей валюте.
37.	циклическая переменная REAL	<i>sNpr</i>	Суммарная стоимость Npr-размещений за отчетный период в текущей валюте.
38.	цикл	<i>channel</i>	Описание очередного канала, на котором найдены размещения.
39.	циклическая переменная NCYCLE	<i>nChannel</i>	Порядковый номер текущего канала, на котором найдены размещения. После выхода из цикла – значение 1.
40.	циклическая переменная TEXT	<i>nameChannel</i>	Название текущего канала.
41.	цикл	<i>client</i>	Описание очередного клиента на текущем канале, по которому найдены размещения.
42.	циклическая переменная NCYCLE	<i>nClient</i>	Порядковый номер текущего клиента, по которому найдены размещения. После выхода из цикла – значение 1.
43.	циклическая переменная TEXT	<i>nameClient</i>	Название текущего клиента.
44.	цикл	<i>agree</i>	Описание очередного договора текущего клиента, по которому найдены размещения.
45.	циклическая переменная NCYCLE	<i>nAgree</i>	Порядковый номер текущего договора, по которому найдены размещения. После выхода из цикла – значение 1.
46.	циклическая переменная TEXT	<i>nameAgree</i>	Название текущего договора.
47.	циклическая переменная TEXT	<i>nameDevAgree</i>	Название валюты текущего договора.
48.	циклическая переменная BINARY	<i>year</i>	Год текущего договора. Для доступа к значению года параметры указывать не нужно: <i>#year()</i> .
49.	цикл	<i>order</i>	Описание очередного заказа текущего договора, по которому найдены размещения.
50.	циклическая	<i>nOrder</i>	Порядковый номер текущего заказа, по которому

	переменная NCYCLE		найлены размещения. После выхода из цикла – значение 1.
51.	циклическая переменная TEXT	<i>nameOrder</i>	Название текущего заказа.
52.	циклическая переменная BINARY	<i>typeOrder</i>	Тип размещения заказа, тип рекламного блока для заказа, тип привязки по вытеснению (только для заказа Spot или Spot-minute) и метод расчёта взвешенного рейтинга (только для заказа GRP). Для доступа к типу размещения заказа необходимо указание следующих параметров: <i>#typeOrder(0,0,15)</i>. Интерпретация значения: 0 – заказ для размещения Spot-minute, 1 – заказ для размещения Spot, 2 – заказ для размещения GRP. Для доступа к типу рекламного блока для заказа необходимо указание следующих параметров: <i>#typeOrder(0,4,15)</i>. Интерпретация значения: 0 – коммерческая реклама, 1 – политическая реклама, 2 – социальная реклама, 3 – спонсорская заставка, 4 – анонс, 5 – логотип, 6 – баннер, 7 – бегущая строка, 8 – устное объявление, 9 – партнёр показа, 10 – региональная реклама. Для доступа к типу привязки по вытеснению для заказа Spot или Spot-minute необходимо указание следующих параметров: <i>#typeOrder(0,8,3)</i>. Интерпретация значения: 0 – как Spot, 1 – как Fix, 2 – как Float, 3 – как Npr. Для доступа к методу расчёта взвешенного рейтинга для заказа GRP необходимо указание следующих параметров: <i>#typeOrder(0,31,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – пропорционально, 1 – с коэффициентом.
53.	циклическая переменная REAL	<i>volum1</i>	Общий объём заказа Spot или Spot-minute, или общий объём по Fix для заказа GRP.
54.	циклическая переменная REAL	<i>volum2</i>	Общий объём по Float для заказа GRP (для заказов Spot и Spot-minute не используется).
55.	циклическая переменная REAL	<i>volum3</i>	Общий объём по Npr для заказа GRP (для заказов Spot и Spot-minute не используется).
56.	циклическая переменная REAL	<i>busy1</i>	Занятый объём заказа Spot или Spot-minute, или занятый объём по Fix для заказа GRP.
57.	циклическая переменная REAL	<i>busy2</i>	Занятый объём по Float для заказа GRP (для заказов Spot и Spot-minute не используется).
58.	циклическая переменная REAL	<i>busy3</i>	Занятый объём по Npr для заказа GRP (для заказов Spot и Spot-minute не используется).
59.	циклическая переменная REAL	<i>sum1</i>	Общая стоимость размещённой части заказа Spot или Spot-minute, или общая стоимость размещённой части по Fix для заказа GRP.

60.	циклическая переменная REAL	<i>sum2</i>	Общая стоимость размещённой части по Float для заказа GRP (для заказов Spot и Spot-minute не используется).
61.	циклическая переменная REAL	<i>sum3</i>	Общая стоимость размещённой части по Npr для заказа GRP (для заказов Spot и Spot-minute не используется).

В шаблоне описания выгрузки отчёта № 1 в разрезе медиапланов, кроме стандартных операторов выгрузки, могут использоваться следующие переменные и циклы:

№ п/п	Тип	Имя	Значение
1.	статическая переменная BINARY	<i>flags</i>	Наличие в ответе подробного отчёта выгрузки, его тип, тип источника данных для отчёта, флаг учёта рекламных блоков в PRIMETIME, флаг учёта рекламных блоков в OFFPRIMETIME, флаг учёта рабочих дней и флаг учёта выходных дней. Для доступа к полю наличия и типа в ответе подробного отчёта выгрузки необходимо указание следующих параметров: <i>#flags(0,0,7)</i>. Интерпретация значения: 0 – подробный отчёт выгрузки отсутствует, 1 – присутствует подробный отчёт выгрузки по заказам, 2 – присутствует подробный отчёт выгрузки по телепередачам, 3 – присутствует подробный отчёт выгрузки по медиапланам. Для доступа к типу источника данных необходимо указание следующих параметров: <i>#flags(0,3,3)</i>. Интерпретация значения: 0 – факт или прогноз, 1 – только факт, 2 – только прогноз. Для доступа к флагу учёта рекламных блоков в PRIMETIME необходимо указание следующих параметров: <i>#flags(0,5,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – такие блоки не учитывались, 1 – такие блоки учитывались. Для доступа к флагу учёта рекламных блоков в OFFPRIMETIME необходимо указание следующих параметров: <i>#flags(0,6,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – такие блоки не учитывались, 1 – такие блоки учитывались. Для доступа к флагу учёта рабочих дней необходимо указание следующих параметров: <i>#flags(0,7,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – такие дни не учитывались, 1 – такие дни учитывались. Для доступа к флагу учёта выходных дней необходимо указание следующих параметров: <i>#flags(0,8,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – такие дни не учитывались, 1 – такие дни учитывались.
2.	статическая переменная BINARY	<i>rights</i>	Наличие в ответе информации о стоимостях, что зависит от прав пользователя, который выгружает отчёт. Для доступа к флагу наличия информации о

			стоимостях необходимо указание следующих параметров: <i>#rights(0,0,1)</i> . Интерпретация значения: 0 – информация о стоимостях отсутствует, 1 – информация о стоимостях присутствует.
3.	статичная переменная DATE	<i>fromDate</i>	Дата первого дня отчёта, в формате ГГГГ-ММ-ДД, или «00000000», если отчёт создан за весь диапазон дат.
4.	статичная переменная DATE	<i>toDate</i>	Дата последнего дня отчёта, в формате ГГГГ-ММ-ДД, или «00000000», если отчёт создан за весь диапазон дат.
5.	статичная переменная BINARY	<i>days</i>	Комбинация дней недели, по которым создавался отчёт. Для доступа к флагу использования понедельника необходимо указание следующих параметров: <i>#days(0,0,1)</i>. Для доступа к флагу использования вторника необходимо указание следующих параметров: <i>#days(0,1,1)</i>. Для доступа к флагу использования среды необходимо указание следующих параметров: <i>#days(0,2,1)</i>. Для доступа к флагу использования четверга необходимо указание следующих параметров: <i>#days(0,3,1)</i>. Для доступа к флагу использования пятницы необходимо указание следующих параметров: <i>#days(0,4,1)</i>. Для доступа к флагу использования субботы необходимо указание следующих параметров: <i>#days(0,5,1)</i>. Для доступа к флагу использования воскресенья необходимо указание следующих параметров: <i>#days(0,6,1)</i>. Единичное значение говорит о том, что день использовался в отчёте, а нулевое значение – что он не использовался.
6.	статичная переменная TIME	<i>fromTime</i>	Минимальное время старта рекламного блока, которым был ограничен поиск, в формате ЧЧ-ММ-СС-ДД абсолютного времени, или строка «255255255255», если отчёт создан за весь диапазон времени.
7.	статичная переменная TIME	<i>toTime</i>	Время старта рекламного блока, начиная с которого поиск не осуществлялся, в формате ЧЧ-ММ-СС-ДД абсолютного времени, или строка «255255255255», если отчёт создан за весь диапазон времени.
8.	статичная переменная BINARY	<i>type</i>	Тип размещения и класс вытеснения, по которым осуществлялся поиск. Для доступа к флагу наличия ограничений по типу размещения необходимо указание следующих параметров: <i>#type(0,7,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – фильтр по типу размещения не использовался, 1 – фильтр по типу размещения использовался. Если фильтр использовался, то для доступа к типу размещений необходимо указание следующих

			параметров: <i>#type(0,0,7)</i>. Интерпретация значения: 0 – поиск осуществлялся по типу размещения Spot, 1 – GRP, 2 – Spot-minute, 3-7 – не используются. Для доступа к флагу наличия ограничений по классу вытеснения необходимо указание следующих параметров: <i>#type(0,6,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – фильтр по классу вытеснения не использовался, 1 – фильтр по классу вытеснения использовался. Если фильтр использовался, то для доступа к классу вытеснения необходимо указание следующих параметров: <i>#type(0,3,3)</i>. Интерпретация значения: 0 – Spot, 1 – Fix, 2 – Float, 3 – Npr.
9.	статичная переменная BINARY	<i>fix</i>	Комбинация фиксированных позиций, по которым осуществлялся поиск. Для доступа к флагу позиции +1F необходимо указание следующих параметров: <i>#fix(0,0,1)</i>. Для доступа к флагу позиции +2F необходимо указание следующих параметров: <i>#fix(0,1,1)</i>. Для доступа к флагу позиции +3F необходимо указание следующих параметров: <i>#fix(0,2,1)</i>. Для доступа к флагу не использования фиксированной позиции необходимо указание следующих параметров: <i>#fix(0,3,1)</i>. Для доступа к флагу использования позиции 3B+ необходимо указание следующих параметров: <i>#fix(0,4,1)</i>. Для доступа к флагу позиции 2B+ необходимо указание следующих параметров: <i>#fix(0,5,1)</i>. Для доступа к флагу позиции 1B+ необходимо указание следующих параметров: <i>#fix(0,6,1)</i>. Единичное значение говорит о том, что позиция использовалась в отчёте, а нулевое значение – что она не использовалась.
10.	статичная переменная BINARY	<i>filBlock</i>	Комбинация типов рекламных блоков, по которым осуществлялся поиск. Для доступа к флагу рекламного блока «Коммерческая реклама» необходимо указание следующих параметров: <i>#filBlock(0,0,1)</i>. Для доступа к флагу рекламного блока «Политическая реклама» необходимо указание следующих параметров: <i>#filBlock(0,1,1)</i>. Для доступа к флагу рекламного блока «Социальная реклама» необходимо указание следующих параметров: <i>#filBlock(0,2,1)</i>. Для доступа к флагу рекламного блока «Спонсорская заставка» необходимо указание следующих параметров: <i>#filBlock(0,3,1)</i>. Для доступа к флагу рекламного блока «Анонс» необходимо указание следующих параметров: <i>#filBlock(0,4,1)</i>. Для доступа к флагу рекламного блока «Логотип» необходимо указание следующих параметров: <i>#filBlock(0,5,1)</i>.

			Для доступа к флагу рекламного блока «Баннер» необходимо указание следующих параметров: <i>#filBlock(0,6,1)</i>. Для доступа к флагу рекламного блока «Бегущая строка» необходимо указание следующих параметров: <i>#filBlock(0,7,1)</i>. Для доступа к флагу рекламного блока «Устное объявление» необходимо указание следующих параметров: <i>#filBlock(0,8,1)</i>. Для доступа к флагу рекламного блока «Партнёр показа» необходимо указание следующих параметров: <i>#filBlock(0,9,1)</i>. Для доступа к флагу рекламного блока «Региональная реклама» необходимо указание следующих параметров: <i>#filBlock(0,10,1)</i>. Единичное значение говорит о том, что рекламные блоки такого типа использовались в отчёте, а нулевое значение – что они не использовались.
11.	статичная переменная TEXT	<i>filClient</i>	Имя клиента, если отчёт был ограничен клиентом, или пустая строка, если отчёт создан по всем клиентам.
12.	статичная переменная BINARY	<i>filYear</i>	Год договоров, которым ограничивался отчёт, или значение 0, если отчёт создан по всем годам договоров. Для доступа к значению года параметры указывать не нужно: <i>#filYear()</i> .
13.	статичная переменная TEXT	<i>filAgree</i>	Название договора, если отчёт был ограничен договором, или пустая строка, если отчёт создан по всем договорам.
14.	статичная переменная TEXT	<i>filChannel</i>	Название канала, если отчёт был ограничен каналом, или пустая строка, если отчёт создан по всем каналам.
15.	статичная переменная TEXT	<i>filGenre</i>	Название жанра телепередач, если отчёт был ограничен жанром, или пустая строка, если отчёт создан по всем жанрам.
16.	статичная переменная TEXT	<i>filShow</i>	Общее название телепередачи, если отчёт был ограничен телепередачей, или пустая строка, если отчёт создан по всем телепередачам.
17.	статичная переменная TEXT	<i>filOrder</i>	Название заказа, если отчёт был ограничен заказом, или пустая строка, если отчёт создан по всем заказам.
18.	статичная переменная TEXT	<i>filMedia</i>	Название медиаплана, если отчёт был ограничен медиапланом, или пустая строка, если отчёт создан по всем медиапланам.
19.	статичная переменная TEXT	<i>filOut</i>	Название видеоролика, если отчёт был ограничен видеороликом, или пустая строка, если отчёт создан по всем видеороликам.
20.	статичная переменная TEXT	<i>filVersOut</i>	Версия видеоролика, если отчёт был ограничен видеороликом и видеоролик имеет версию, или пустая строка, если отчёт создан по всем видеороликам или видеоролик не имеет версии.
21.	статичная переменная	<i>numOut</i>	Количество выходов за отчётный период. Для доступа к значению количества параметры указывать не нужно:

	BINARY		<i>#numOut()</i> .
22.	статичная переменная REAL	<i>vSpot</i>	Суммарный объём Spot-размещений за отчётный период, в секундах.
23.	статичная переменная REAL	<i>vSpotM</i>	Суммарный объём Spot-minute-размещений за отчётный период, в секундах.
24.	статичная переменная REAL	<i>vGRP</i>	Суммарный объём GRP-размещений за отчётный период, в рейтингах.
25.	статичная переменная REAL	<i>vFix</i>	Суммарный объём Fix-размещений за отчётный период, в рейтингах.
26.	статичная переменная REAL	<i>vFloat</i>	Суммарный объём Float-размещений за отчётный период, в рейтингах.
27.	статичная переменная REAL	<i>vNpr</i>	Суммарный объём Npr-размещений за отчётный период, в рейтингах.
28.	статичная переменная BINARY	<i>numDev</i>	Количество валют, которые используются в отчёте. Для доступа к значению количества валют параметры указывать не нужно: <i>#numDev()</i> .
29.	цикл	<i>dev</i>	Описание очередной валюты в списке валовых стоимостей по валютам.
30.	циклическая переменная NCYCLE	<i>nDev</i>	Порядковый номер текущей валюты в списке валовых стоимостей по валютам. После выхода из цикла – значение 1.
31.	циклическая переменная TEXT	<i>nameDev</i>	Название текущей валюты.
32.	циклическая переменная REAL	<i>sSpot</i>	Суммарная стоимость Spot-размещений за отчётный период в текущей валюте.
33.	циклическая переменная REAL	<i>sSpotM</i>	Суммарная стоимость Spot-minute-размещений за отчётный период в текущей валюте.
34.	циклическая переменная REAL	<i>sGRP</i>	Суммарная стоимость GRP-размещений за отчётный период в текущей валюте.
35.	циклическая переменная REAL	<i>sFix</i>	Суммарная стоимость Fix-размещений за отчётный период в текущей валюте.
36.	циклическая переменная REAL	<i>sFloat</i>	Суммарная стоимость Float-размещений за отчётный период в текущей валюте.
37.	циклическая переменная REAL	<i>sNpr</i>	Суммарная стоимость Npr-размещений за отчётный период в текущей валюте.
38.	цикл	<i>channel</i>	Описание очередного канала, на котором найдены размещения.
39.	циклическая переменная	<i>nChannel</i>	Порядковый номер текущего канала, на котором найдены размещения. После выхода из цикла –

	NCYCLE		значение 1.
40.	циклическая переменная TEXT	<i>nameChannel</i>	Название текущего канала.
41.	цикл	<i>client</i>	Описание очередного клиента на текущем канале, по которому найдены размещения.
42.	циклическая переменная NCYCLE	<i>nClient</i>	Порядковый номер текущего клиента, по которому найдены размещения. После выхода из цикла – значение 1.
43.	циклическая переменная TEXT	<i>nameClient</i>	Название текущего клиента.
44.	цикл	<i>agree</i>	Описание очередного договора текущего клиента, по которому найдены размещения.
45.	циклическая переменная NCYCLE	<i>nAgree</i>	Порядковый номер текущего договора, по которому найдены размещения. После выхода из цикла – значение 1.
46.	циклическая переменная TEXT	<i>nameAgree</i>	Название текущего договора.
47.	циклическая переменная TEXT	<i>nameDevAgree</i>	Название валюты текущего договора.
48.	циклическая переменная BINARY	<i>year</i>	Год текущего договора. Для доступа к значению года параметры указывать не нужно: <i>#year()</i> .
49.	цикл	<i>order</i>	Описание очередного заказа текущего договора, по которому найдены размещения.
50.	циклическая переменная NCYCLE	<i>nOrder</i>	Порядковый номер текущего заказа, по которому найдены размещения. После выхода из цикла – значение 1.
51.	циклическая переменная TEXT	<i>nameOrder</i>	Название текущего заказа.
52.	циклическая переменная BINARY	<i>typeOrder</i>	Тип размещения заказа, тип рекламного блока для заказа, тип привязки по вытеснению (только для заказа Spot или Spot-minute) и метод расчёта взвешенного рейтинга (только для заказа GRP). Для доступа к типу размещения заказа необходимо указание следующих параметров: <i>#typeOrder(0,0,15)</i>. Интерпретация значения: 0 – заказ для размещения Spot-minute, 1 – заказ для размещения Spot, 2 – заказ для размещения GRP. Для доступа к типу рекламного блока для заказа необходимо указание следующих параметров: <i>#typeOrder(0,4,15)</i>. Интерпретация значения: 0 – коммерческая реклама, 1 – политическая реклама, 2 – социальная реклама, 3 – спонсорская заставка, 4 – анонс, 5 – логотип, 6 – баннер, 7 – бегущая строка, 8 – устное объявление, 9 – партнёр показа, 10 – региональная реклама. Для доступа к типу привязки по вытеснению для заказа

			Spot или Spot-minute необходимо указание следующих параметров: <i>#typeOrder(0,8,3)</i> . Интерпретация значения: 0 – как Spot, 1 – как Fix, 2 – как Float, 3 – как Npr. Для доступа к методу расчёта взвешенного рейтинга для заказа GRP необходимо указание следующих параметров: <i>#typeOrder(0,31,1)</i> . Интерпретация значения: 0 – пропорционально, 1 – с коэффициентом.
53.	циклическая переменная REAL	<i>vOrder1</i>	Общий объём заказа Spot или Spot-minute, или общий объём по Fix для заказа GRP.
54.	циклическая переменная REAL	<i>vOrder2</i>	Общий объём по Float для заказа GRP (для заказов Spot и Spot-minute не используется).
55.	циклическая переменная REAL	<i>vOrder3</i>	Общий объём по Npr для заказа GRP (для заказов Spot и Spot-minute не используется).
56.	циклическая переменная REAL	<i>bOrder1</i>	Занятый объём заказа Spot или Spot-minute, или занятый объём по Fix для заказа GRP.
57.	циклическая переменная REAL	<i>bOrder2</i>	Занятый объём по Float для заказа GRP (для заказов Spot и Spot-minute не используется).
58.	циклическая переменная REAL	<i>bOrder3</i>	Занятый объём по Npr для заказа GRP (для заказов Spot и Spot-minute не используется).
59.	циклическая переменная REAL	<i>sOrder1</i>	Общая стоимость размещённой части заказа Spot или Spot-minute, или общая стоимость размещённой части по Fix для заказа GRP.
60.	циклическая переменная REAL	<i>sOrder2</i>	Общая стоимость размещённой части по Float для заказа GRP (для заказов Spot и Spot-minute не используется).
61.	циклическая переменная REAL	<i>sOrder3</i>	Общая стоимость размещённой части по Npr для заказа GRP (для заказов Spot и Spot-minute не используется).
62.	цикл	<i>media</i>	Описание очередного медиаплана текущего заказа, по которому найдены размещения.
63.	циклическая переменная NCYCLE	<i>nMedia</i>	Порядковый номер текущего медиаплана, по которому найдены размещения. После выхода из цикла – значение 1.
64.	циклическая переменная TEXT	<i>nameMedia</i>	Название текущего медиаплана.
65.	циклическая переменная DATE	<i>fromMedia</i>	Дата первого дня размещения по медиаплану, в формате ГГГГ-ММ-ДД.
66.	циклическая переменная DATE	<i>toMedia</i>	Дата последнего дня размещения по медиаплану, в формате ГГГГ-ММ-ДД.
67.	циклическая переменная BINARY	<i>flagsMedia</i>	Флаги медиаплана: тип стоимости медиаплана (расчётный или фиксированный). Для доступа к типу стоимости медиаплана необходимо

			указание следующих параметров: <i>#flagsMedia(0,0,1)</i> . Интерпретация значения: 0 – медиаплан с расчётной стоимостью, 1 – медиаплан с фиксированной стоимостью.
68.	циклическая переменная REAL	<i>volum1</i>	Планируемый объём медиаплана Spot или Spot-minute, или планируемый объём по Fix для медиаплана GRP.
69.	циклическая переменная REAL	<i>volum2</i>	Планируемый объём по Float для медиаплана GRP (для медиапланов Spot и Spot-minute не используется).
70.	циклическая переменная REAL	<i>volum3</i>	Планируемый объём по Npr для медиаплана GRP (для медиапланов Spot и Spot-minute не используется).
71.	циклическая переменная REAL	<i>busy1</i>	Занятый объём медиаплана Spot или Spot-minute, или занятый объём по Fix для медиаплана GRP.
72.	циклическая переменная REAL	<i>busy2</i>	Занятый объём по Float для медиаплана GRP (для медиапланов Spot и Spot-minute не используется).
73.	циклическая переменная REAL	<i>busy3</i>	Занятый объём по Npr для медиаплана GRP (для медиапланов Spot и Spot-minute не используется).
74.	циклическая переменная REAL	<i>sum1</i>	Общая стоимость размещённой части медиаплана Spot или Spot-minute, или общая стоимость размещённой части по Fix для медиаплана GRP.
75.	циклическая переменная REAL	<i>sum2</i>	Общая стоимость размещённой части по Float для медиаплана GRP (для медиапланов Spot и Spot-minute не используется).
76.	циклическая переменная REAL	<i>sum3</i>	Общая стоимость размещённой части по Npr для медиаплана GRP (для медиапланов Spot и Spot-minute не используется).

В шаблоне описания выгрузки отчёта № 1 в разрезе телепередач, кроме стандартных операторов выгрузки, могут использоваться следующие переменные и циклы:

№ п/п	Тип	Имя	Значение
1.	статическая переменная BINARY	<i>flags</i>	Наличие в ответе подробного отчёта выгрузки, его тип, тип источника данных для отчёта, флаг учёта рекламных блоков в PRIMETIME, флаг учёта рекламных блоков в OFFPRIMETIME, флаг учёта рабочих дней и флаг учёта выходных дней. Для доступа к полю наличия и типа в ответе подробного отчёта выгрузки необходимо указание следующих параметров: <i>#flags(0,0,7)</i> . Интерпретация значения: 0 – подробный отчёт выгрузки отсутствует, 1 – присутствует подробный отчёт выгрузки по заказам, 2 – присутствует подробный отчёт выгрузки по телепередачам, 3 – присутствует подробный отчёт выгрузки по медиапланам.

			Для доступа к типу источника данных необходимо указание следующих параметров: <i>#flags(0,3,3)</i>. Интерпретация значения: 0 – факт или прогноз, 1 – только факт, 2 – только прогноз. Для доступа к флагу учёта рекламных блоков в PRIMETIME необходимо указание следующих параметров: <i>#flags(0,5,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – такие блоки не учитывались, 1 – такие блоки учитывались. Для доступа к флагу учёта рекламных блоков в OFFPRIMETIME необходимо указание следующих параметров: <i>#flags(0,6,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – такие блоки не учитывались, 1 – такие блоки учитывались. Для доступа к флагу учёта рабочих дней необходимо указание следующих параметров: <i>#flags(0,7,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – такие дни не учитывались, 1 – такие дни учитывались. Для доступа к флагу учёта выходных дней необходимо указание следующих параметров: <i>#flags(0,8,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – такие дни не учитывались, 1 – такие дни учитывались.
2.	статическая переменная BINARY	<i>rights</i>	Наличие в ответе информации о стоимостях, что зависит от прав пользователя, который выгружает отчёт. Для доступа к флагу наличия информации о стоимостях необходимо указание следующих параметров: <i>#rights(0,0,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – информация о стоимостях отсутствует, 1 – информация о стоимостях присутствует.
3.	статическая переменная DATE	<i>fromDate</i>	Дата первого дня отчёта, в формате ГГГГ-ММ-ДД, или «00000000», если отчёт создан за весь диапазон дат.
4.	статическая переменная DATE	<i>toDate</i>	Дата последнего дня отчёта, в формате ГГГГ-ММ-ДД, или «00000000», если отчёт создан за весь диапазон дат.
5.	статическая переменная BINARY	<i>days</i>	Комбинация дней недели, по которым создавался отчёт. Для доступа к флагу использования понедельника необходимо указание следующих параметров: <i>#days(0,0,1)</i>. Для доступа к флагу использования вторника необходимо указание следующих параметров: <i>#days(0,1,1)</i>. Для доступа к флагу использования среды необходимо указание следующих параметров: <i>#days(0,2,1)</i>. Для доступа к флагу использования четверга необходимо указание следующих параметров: <i>#days(0,3,1)</i>. Для доступа к флагу использования пятницы необходимо указание следующих параметров: <i>#days(0,4,1)</i>.

			Для доступа к флагу использования субботы необходимо указание следующих параметров: <i>#days(0,5,1)</i>. Для доступа к флагу использования воскресенья необходимо указание следующих параметров: <i>#days(0,6,1)</i>. Единичное значение говорит о том, что день использовался в отчёте, а нулевое значение – что он не использовался.
6.	статичная переменная TIME	<i>fromTime</i>	Минимальное время старта рекламного блока, которым был ограничен поиск, в формате ЧЧ-ММ-СС-ДД абсолютного времени, или строка «255255255255», если отчёт создан за весь диапазон времени.
7.	статичная переменная TIME	<i>toTime</i>	Время старта рекламного блока, начиная с которого поиск не осуществлялся, в формате ЧЧ-ММ-СС-ДД абсолютного времени, или строка «255255255255», если отчёт создан за весь диапазон времени.
8.	статичная переменная BINARY	<i>type</i>	Тип размещения и класс вытеснения, по которым осуществлялся поиск. Для доступа к флагу наличия ограничений по типу размещения необходимо указание следующих параметров: <i>#type(0,7,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – фильтр по типу размещения не использовался, 1 – фильтр по типу размещения использовался. Если фильтр использовался, то для доступа к типу размещений необходимо указание следующих параметров: <i>#type(0,0,7)</i>. Интерпретация значения: 0 – поиск осуществлялся по типу размещения Spot, 1 – GRP, 2 – Spot-minute, 3-7 – не используются. Для доступа к флагу наличия ограничений по классу вытеснения необходимо указание следующих параметров: <i>#type(0,6,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – фильтр по классу вытеснения не использовался, 1 – фильтр по классу вытеснения использовался. Если фильтр использовался, то для доступа к классу вытеснения необходимо указание следующих параметров: <i>#type(0,3,3)</i>. Интерпретация значения: 0 – Spot, 1 – Fix, 2 – Float, 3 – Npr.
9.	статичная переменная BINARY	<i>fix</i>	Комбинация фиксированных позиций, по которым осуществлялся поиск. Для доступа к флагу позиции +1F необходимо указание следующих параметров: <i>#fix(0,0,1)</i>. Для доступа к флагу позиции +2F необходимо указание следующих параметров: <i>#fix(0,1,1)</i>. Для доступа к флагу позиции +3F необходимо указание следующих параметров: <i>#fix(0,2,1)</i>. Для доступа к флагу не использования фиксированной позиции необходимо указание следующих параметров: <i>#fix(0,3,1)</i>. Для доступа к флагу использования позиции 3В+ необходимо указание следующих параметров: <i>#fix(0,4,1)</i>.

			Для доступа к флагу позиции 2В+ необходимо указание следующих параметров: <i>#fix(0,5,1)</i>. Для доступа к флагу позиции 1В+ необходимо указание следующих параметров: <i>#fix(0,6,1)</i>. Единичное значение говорит о том, что позиция использовалась в отчёте, а нулевое значение – что она не использовалась.
10.	статичная переменная BINARY	<i>filBlock</i>	Комбинация типов рекламных блоков, по которым осуществлялся поиск. Для доступа к флагу рекламного блока «Коммерческая реклама» необходимо указание следующих параметров: <i>#filBlock(0,0,1)</i>. Для доступа к флагу рекламного блока «Политическая реклама» необходимо указание следующих параметров: <i>#filBlock(0,1,1)</i>. Для доступа к флагу рекламного блока «Социальная реклама» необходимо указание следующих параметров: <i>#filBlock(0,2,1)</i>. Для доступа к флагу рекламного блока «Спонсорская заставка» необходимо указание следующих параметров: <i>#filBlock(0,3,1)</i>. Для доступа к флагу рекламного блока «Анонс» необходимо указание следующих параметров: <i>#filBlock(0,4,1)</i>. Для доступа к флагу рекламного блока «Логотип» необходимо указание следующих параметров: <i>#filBlock(0,5,1)</i>. Для доступа к флагу рекламного блока «Баннер» необходимо указание следующих параметров: <i>#filBlock(0,6,1)</i>. Для доступа к флагу рекламного блока «Бегущая строка» необходимо указание следующих параметров: <i>#filBlock(0,7,1)</i>. Для доступа к флагу рекламного блока «Устное объявление» необходимо указание следующих параметров: <i>#filBlock(0,8,1)</i>. Для доступа к флагу рекламного блока «Партнёр показа» необходимо указание следующих параметров: <i>#filBlock(0,9,1)</i>. Для доступа к флагу рекламного блока «Региональная реклама» необходимо указание следующих параметров: <i>#filBlock(0,10,1)</i>. Единичное значение говорит о том, что рекламные блоки такого типа использовались в отчёте, а нулевое значение – что они не использовались.
11.	статичная переменная TEXT	<i>filClient</i>	Имя клиента, если отчёт был ограничен клиентом, или пустая строка, если отчёт создан по всем клиентам.
12.	статичная переменная BINARY	<i>filYear</i>	Год договоров, которым ограничивался отчёт, или значение 0, если отчёт создан по всем годам договоров. Для доступа к значению года параметры указывать не нужно: <i>#filYear()</i>.

13.	статичная переменная TEXT	<i>filAgree</i>	Название договора, если отчёт был ограничен договором, или пустая строка, если отчёт создан по всем договорам.
14.	статичная переменная TEXT	<i>filChannel</i>	Название канала, если отчёт был ограничен каналом, или пустая строка, если отчёт создан по всем каналам.
15.	статичная переменная TEXT	<i>filGenre</i>	Название жанра телепередач, если отчёт был ограничен жанром, или пустая строка, если отчёт создан по всем жанрам.
16.	статичная переменная TEXT	<i>filShow</i>	Общее название телепередачи, если отчёт был ограничен телепередачей, или пустая строка, если отчёт создан по всем телепередачам.
17.	статичная переменная TEXT	<i>filOrder</i>	Название заказа, если отчёт был ограничен заказом, или пустая строка, если отчёт создан по всем заказам.
18.	статичная переменная TEXT	<i>filMedia</i>	Название медиаплана, если отчёт был ограничен медиапланом, или пустая строка, если отчёт создан по всем медиапланам.
19.	статичная переменная TEXT	<i>filOut</i>	Название видеоролика, если отчёт был ограничен видеороликом, или пустая строка, если отчёт создан по всем видеороликам.
20.	статичная переменная TEXT	<i>filVersOut</i>	Версия видеоролика, если отчёт был ограничен видеороликом и видеоролик имеет версию, или пустая строка, если отчёт создан по всем видеороликам или видеоролик не имеет версии.
21.	статичная переменная BINARY	<i>numOut</i>	Количество выходов за отчётный период. Для доступа к значению количества параметры указывать не нужно: <i>#numOut()</i> .
22.	статичная переменная REAL	<i>vSpot</i>	Суммарный объём Spot-размещений за отчётный период, в секундах.
23.	статичная переменная REAL	<i>vSpotM</i>	Суммарный объём Spot-minute-размещений за отчётный период, в секундах.
24.	статичная переменная REAL	<i>vGRP</i>	Суммарный объём GRP-размещений за отчётный период, в рейтингах.
25.	статичная переменная REAL	<i>vFix</i>	Суммарный объём Fix-размещений за отчётный период, в рейтингах.
26.	статичная переменная REAL	<i>vFloat</i>	Суммарный объём Float-размещений за отчётный период, в рейтингах.
27.	статичная переменная REAL	<i>vNpr</i>	Суммарный объём Npr-размещений за отчётный период, в рейтингах.
28.	статичная переменная BINARY	<i>numDev</i>	Количество валют, которые используются в отчёте. Для доступа к значению количества валют параметры указывать не нужно: <i>#numDev()</i> .
29.	цикл	<i>dev</i>	Описание очередной валюты в списке валовых стоимостей по валютам.
30.	циклическая	<i>nDev</i>	Порядковый номер текущей валюты в списке валовых

	переменная NCYCLE		стоимостей по валютам. После выхода из цикла – значение 1.
31.	циклическая переменная TEXT	<i>nameDev</i>	Название текущей валюты.
32.	циклическая переменная REAL	<i>sSpot</i>	Суммарная стоимость Spot-размещений за отчётный период в текущей валюте.
33.	циклическая переменная REAL	<i>sSpotM</i>	Суммарная стоимость Spot-minute-размещений за отчётный период в текущей валюте.
34.	циклическая переменная REAL	<i>sGRP</i>	Суммарная стоимость GRP-размещений за отчётный период в текущей валюте.
35.	циклическая переменная REAL	<i>sFix</i>	Суммарная стоимость Fix-размещений за отчётный период в текущей валюте.
36.	циклическая переменная REAL	<i>sFloat</i>	Суммарная стоимость Float-размещений за отчётный период в текущей валюте.
37.	циклическая переменная REAL	<i>sNpr</i>	Суммарная стоимость Npr-размещений за отчётный период в текущей валюте.
38.	цикл	<i>channel</i>	Описание очередного канала, на котором найдены размещения.
39.	циклическая переменная NCYCLE	<i>nChannel</i>	Порядковый номер текущего канала, на котором найдены размещения. После выхода из цикла – значение 1.
40.	циклическая переменная TEXT	<i>nameChannel</i>	Название текущего канала.
41.	цикл	<i>genre</i>	Описание очередного жанра телепередач на текущем канале, в которых найдены размещения.
42.	циклическая переменная NCYCLE	<i>nGenre</i>	Порядковый номер текущего жанра телепередач, в котором найдены размещения. После выхода из цикла – значение 1.
43.	циклическая переменная TEXT	<i>nameGenre</i>	Название текущего жанра телепередач.
44.	цикл	<i>show</i>	Описание очередной телепередачи из БД, в которой найдены размещения.
45.	циклическая переменная NCYCLE	<i>nShow</i>	Порядковый номер текущей телепередачи, в которой найдены размещения. После выхода из цикла – значение 1.
46.	циклическая переменная TEXT	<i>nameShow</i>	Общее название текущей телепередачи.
47.	цикл	<i>start</i>	Описание очередного времени старта текущей телепередачи, в которой найдены размещения.
48.	циклическая переменная NCYCLE	<i>nStart</i>	Порядковый номер текущего времени старта телепередачи, в котором найдены размещения. После выхода из цикла – значение 1.

49.	циклическая переменная TIME	<i>timeShow</i>	Очередное время старта текущей телепередачи, в которой найдены размещения, в формате ЧЧ-ММ-СС-ДД абсолютного времени.
50.	цикл	<i>length</i>	Описание очередного хронометража текущей телепередачи, в которой найдены размещения.
51.	циклическая переменная NCYCLE	<i>nLength</i>	Порядковый номер текущего хронометража телепередачи, в котором найдены размещения. После выхода из цикла – значение 1.
52.	циклическая переменная TIME	<i>lenShow</i>	Очередная длительность текущей телепередачи, в которой найдены размещения, в формате ЧЧ-ММ-СС-ДД абсолютного времени.
53.	цикл	<i>tblock</i>	Описание очередного типа рекламного блока текущей телепередачи, в котором найдены размещения.
54.	циклическая переменная NCYCLE	<i>nTblock</i>	Порядковый номер текущего типа рекламного блока телепередачи, в котором найдены размещения. После выхода из цикла – значение 1.
55.	циклическая переменная BINARY	<i>typeBlock</i>	Очередной тип рекламного блока текущей длительности и времени старта телепередачи, в которой найдены размещения. Для доступа к типу рекламного блока указание параметров не требуется: <i>#typeBlock ()</i> . Интерпретация значений: 0 – коммерческая реклама, 1 – политическая реклама, 2 – социальная реклама, 3 – спонсорская заставка, 4 – анонс, 5 – логотип, 6 – баннер, 7 – бегущая строка, 8 – устное объявление, 9 – партнёр показа, 10 – региональная реклама.
56.	циклическая переменная BINARY	<i>numBlockOut</i>	Общее количество выходов видеороликов, найденных в текущем типе рекламного блока текущей длительности и времени старта текущей телепередачи. Для доступа к значению количества параметры указывать не требуется: <i>#numBlockOut()</i> .
57.	циклическая переменная REAL	<i>vBlockSpot</i>	Общий объем выходов по типу Spot, в секундах, в текущем типе рекламного блока текущей длительности и времени старта текущей телепередачи.
58.	циклическая переменная REAL	<i>vBlockSpotM</i>	Общий объем выходов по типу Spot-minute, в секундах, в текущем типе рекламного блока текущей длительности и времени старта текущей телепередачи.
59.	циклическая переменная REAL	<i>vBlockGRP</i>	Общий объем выходов по типу GRP, в рейтингах, в текущем типе рекламного блока текущей длительности и времени старта текущей телепередачи.
60.	циклическая переменная REAL	<i>vBlockFix</i>	Общий объем выходов по типу GRP:Fix, в рейтингах, в текущем типе рекламного блока текущей длительности и времени старта текущей телепередачи.
61.	циклическая переменная REAL	<i>vBlockFloat</i>	Общий объем выходов по типу GRP:Float, в рейтингах, в текущем типе рекламного блока текущей длительности и времени старта текущей телепередачи.
62.	циклическая переменная REAL	<i>vBlockNpr</i>	Общий объем выходов по типу GRP:Npr, в рейтингах, в текущем типе рекламного блока текущей длительности и времени старта текущей телепередачи.
63.	цикл	<i>blockdev</i>	Описание общей стоимости найденных выходов в текущем типе рекламного блока текущей длительности и времени старта текущей телепередачи в очередной

			валюте.
64.	циклическая переменная NCYCLE	<i>nBlockDev</i>	Порядковый номер текущей валюты, в которой найдены размещения в текущем типе рекламного блока текущей длительности и времени старта текущей телепередачи. После выхода из цикла – значение 1.
65.	циклическая переменная TEXT	<i>nameBlockDev</i>	Название текущей валюты.
66.	циклическая переменная REAL	<i>sBlock</i>	Общая стоимость размещённых роликов по всем типам размещения, в данной валюте, в текущем типе рекламного блока текущей длительности и времени старта текущей телепередачи
67.	циклическая переменная REAL	<i>sBlockSpot</i>	Общая стоимость размещённых роликов по типу Spot, в данной валюте, в текущем типе рекламного блока текущей длительности и времени старта текущей телепередачи.
68.	циклическая переменная REAL	<i>sBlockSpotM</i>	Общая стоимость размещённых роликов по типу Spot-minute, в данной валюте, в текущем типе рекламного блока текущей длительности и времени старта текущей телепередачи.
69.	циклическая переменная REAL	<i>sBlockGRP</i>	Общая стоимость размещённых роликов по типу GRP, в данной валюте, в текущем типе рекламного блока текущей длительности и времени старта текущей телепередачи.
70.	циклическая переменная REAL	<i>sBlockFix</i>	Общая стоимость размещённых роликов по типу GRP:Fix, в данной валюте, в текущем типе рекламного блока текущей длительности и времени старта текущей телепередачи.
71.	циклическая переменная REAL	<i>sBlockFloat</i>	Общая стоимость размещённых роликов по типу GRP:Float, в данной валюте, в текущем типе рекламного блока текущей длительности и времени старта текущей телепередачи.
72.	циклическая переменная REAL	<i>sBlockNpr</i>	Общая стоимость размещённых роликов по типу GRP:Npr, в данной валюте, в текущем типе рекламного блока текущей длительности и времени старта текущей телепередачи.

7.9. Создание и выгрузка отчёта № 2 по эфиру

Для выгрузки во внешние файлы формата MS Excel всех размещений на канале в течение указанного периода времени используется отчёт № 2 «Выгрузка по эфиру». Для его создания необходимо в закладке меню «Клиент» выбрать пункты «Отчёты» – «Выгрузка по эфиру» либо нажать комбинацию горячих клавиш «Ctrl+2».

В ответ на эти действия на экране появится форма с 4 критериями выборки создаваемого отчёта (см. рис. 55).

Для того, чтобы задать соответствующий критерий, необходимо перевести находящийся рядом с ним переключатель в положение «Выбран». Для того, чтобы убрать выбранный критерий поиска, необходимо перевести переключатель в положение «Не выбран».

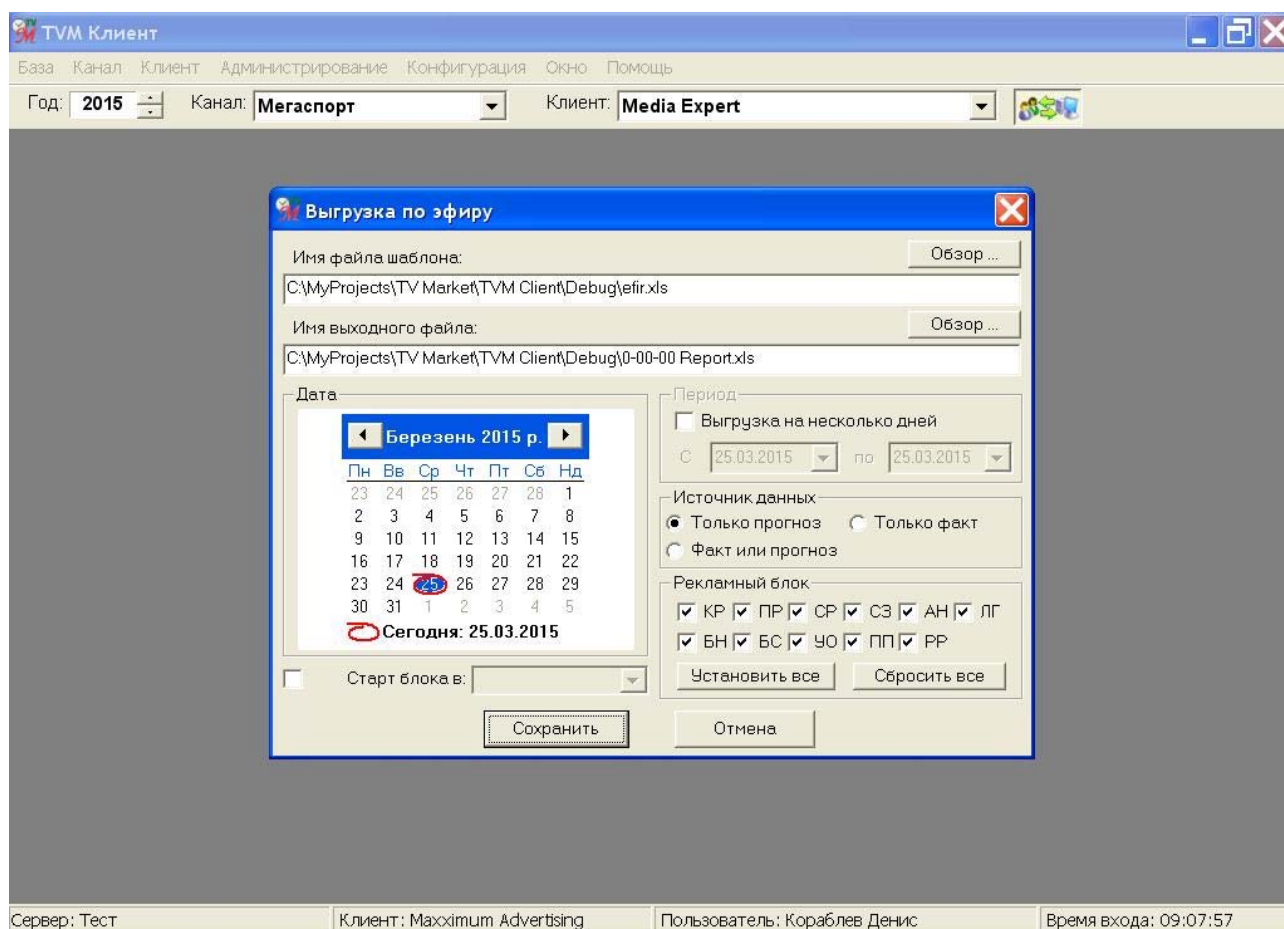


Рисунок 55. Форма отчёта № 2 «Выгрузка по эфиру»

Критерий «Период» задаёт начальную и конечную даты выгрузки по эфиру. Если этот критерий не выбран, то выгрузка осуществляется на единственную дату, которая указана в поле «Дата». По умолчанию выгрузка осуществляется только на текущую дату.

Критерий «Источник данных» указывает, из каких таблиц размещения необходимо брать данные для создания отчёта. Возможны варианты «Факт или прогноз», «Только факт» или «Только прогноз» (установлен по умолчанию).

Критерий «Рекламный блок» ограничивает выгрузку только содержимым рекламных блоков указанного типа. Для быстрой установки или сброса всех типов рекламных блоков в поле находятся кнопки «Установить все» и «Сбросить все». По умолчанию выбраны все типы рекламных блоков.

Критерий «Старт блока в» ограничивает выгрузку только по тем рекламным блокам, которые выходят в указанный диапазон времени (OFFPRIMETIME или PRIMETIME). Если он не выбран, выгрузка производится по всем рекламным блокам. По умолчанию критерий не выбран.

Программа позволяет задать комбинацию любых из указанных условий для ограничения выгрузки. При этом, все заданные условия объединяются по правилу логического умножения (т.е. выборка будет соответствовать всем заданным условиям одновременно).

Обязательно в этой форме необходимо указать путь и имя внешнего файла, в который будет помещена выгрузка, а также путь и имя файла-шаблона, в соответствии с которым будет сгенерирована выгрузка.

После задания всех параметров выгрузки необходимо нажать на кнопку «Сохранить». В результате Программа сформирует для менеджера экспорта задание по созданию указанного файла выгрузки в соответствии с указанным файлом-шаблоном. Для отмены выгрузки необходимо нажать на кнопку «Отмена».

В шаблоне описания выгрузки отчёта № 2 по эфиру, кроме стандартных операторов выгрузки, могут использоваться следующие переменные и циклы:

№ п/п	Тип	Имя	Значение
1.	статическая переменная BINARY	<i>flags</i>	Флаги запроса: тип таблиц размещения, на базе которых создается отчёт, флаг учёта рекламных блоков в PRIMETIME и флаг учёта рекламных блоков в OFFPRIMETIME. Для доступа к типу таблиц размещения необходимо указание следующих параметров: <i>#flags(0,0,3)</i>. Интерпретация значения: 0 – факт или прогноз, 1 – только факт, 2 – только прогноз. Для доступа к флагу учёта рекламных блоков в PRIMETIME необходимо указание следующих параметров: <i>#flags(0,2,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – такие блоки не учитывались, 1 – такие блоки учитывались. Для доступа к флагу учёта рекламных блоков в OFFPRIMETIME необходимо указание следующих параметров: <i>#flags(0,3,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – такие блоки не учитывались, 1 – такие блоки учитывались.
2.	статическая переменная BINARY	<i>rights</i>	Наличие в ответе колонок для полного отчёта, а также корректной информации об объёмах, стоимостях заказов и рейтингах, что зависит от прав пользователя, который выгружает отчёт. Для доступа к флагу наличия в ответе колонок для полного отчёта необходимо указание следующих параметров: <i>#rights(0,0,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – колонки отсутствуют, 1 – колонки присутствуют. Для доступа к флагу наличия информации об объёмах заказов необходимо указание следующих параметров: <i>#rights(0,1,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – информация об объёмах заказов отсутствует (не влияет на значения переменных), 1 – информация об объёмах заказов присутствует. Для доступа к флагу наличия информации о стоимостях заказов необходимо указание следующих параметров: <i>#rights(0,2,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – информация о стоимостях заказов отсутствует (значения переменных <i>ofprice1</i>, <i>ofprice2</i>, <i>ofprice3</i>, <i>price1</i>, <i>price2</i>, <i>price3</i>, <i>coef1f</i>, <i>coef2f</i>, <i>coef3f</i>, <i>coef3b</i>,

			coef2b, coef1b и cost нулевые), 1 – информация о стоимостях заказов присутствует. Для доступа к флагу наличия информации о рейтингах необходимо указание следующих параметров: <i>#rights(0,3,1)</i> . Интерпретация значения: 0 – информация о рейтингах отсутствует (значения переменной <i>gr</i> нулевое), 1 – информация о рейтингах присутствует.
3.	статичная переменная BINARY	<i>filBlock</i>	Комбинация типов рекламных блоков, по которым осуществлялся поиск. Для доступа к флагу рекламного блока «Коммерческая реклама» необходимо указание следующих параметров: <i>#filBlock(0,0,1)</i> . Для доступа к флагу рекламного блока «Политическая реклама» необходимо указание следующих параметров: <i>#filBlock(0,1,1)</i> . Для доступа к флагу рекламного блока «Социальная реклама» необходимо указание следующих параметров: <i>#filBlock(0,2,1)</i> . Для доступа к флагу рекламного блока «Спонсорская заставка» необходимо указание следующих параметров: <i>#filBlock(0,3,1)</i> . Для доступа к флагу рекламного блока «Анонс» необходимо указание следующих параметров: <i>#filBlock(0,4,1)</i> . Для доступа к флагу рекламного блока «Логотип» необходимо указание следующих параметров: <i>#filBlock(0,5,1)</i> . Для доступа к флагу рекламного блока «Баннер» необходимо указание следующих параметров: <i>#filBlock(0,6,1)</i> . Для доступа к флагу рекламного блока «Бегущая строка» необходимо указание следующих параметров: <i>#filBlock(0,7,1)</i> . Для доступа к флагу рекламного блока «Устное объявление» необходимо указание следующих параметров: <i>#filBlock(0,8,1)</i> . Для доступа к флагу рекламного блока «Партнёр показа» необходимо указание следующих параметров: <i>#filBlock(0,9,1)</i> . Для доступа к флагу рекламного блока «Региональная реклама» необходимо указание следующих параметров: <i>#filBlock(0,10,1)</i> . Единичное значение говорит о том, что рекламные блоки такого типа использовались в отчёте, а нулевое значение – что они не использовались.
4.	статичная переменная TEXT	<i>nameChannel</i>	Название канала, эфир которого выгружается.
5.	статичная переменная DATE	<i>fromDate</i>	Дата первого дня выгрузки, в формате ГГГГ-ММ-ДД.

6.	статичная переменная DATE	<i>toDate</i>	Дата последнего дня выгрузки, в формате ГГГГ-ММ-ДД.
7.	цикл	<i>day</i>	Описание выгрузки на очередной день.
8.	циклическая переменная NCYCLE	<i>nDay</i>	Порядковый номер текущего дня в списке дней. После выхода из цикла – значение 1.
9.	циклическая переменная DATE	<i>date</i>	Дата текущего дня выгрузки, в формате ГГГГ-ММ-ДД.
10.	цикл	<i>show</i>	Описание выгрузки очередной телепередачи на текущий день.
11.	циклическая переменная NCYCLE	<i>nShow</i>	Порядковый номер текущей телепередачи в списке телепередач. После выхода из цикла – значение 1.
12.	циклическая переменная TEXT	<i>nameShow</i>	Общее название телепередачи, эфир которой выгружается.
13.	циклическая переменная TEXT	<i>namePropShow</i>	Собственное название телепередачи, эфир которой выгружается, или пустая строка, если телепередача не имеет собственного названия или это телепередача не из базы данных.
14.	циклическая переменная TEXT	<i>nameGenre</i>	Название жанра телепередачи, эфир которой выгружается, или пустая строка, если это телепередача не из базы данных.
15.	циклическая переменная BINARY	<i>idShow</i>	Идентификатор текущей телепередачи или 0, если это телепередача не из базы данных (разовая). Для доступа к значению идентификатора параметры указывать не нужно: <i>#idShow()</i> .
16.	циклическая переменная TIME	<i>timeShow</i>	Время начала текущей телепередачи, в формате ЧЧ-ММ-СС-ДД абсолютного времени.
17.	циклическая переменная TIME	<i>lenShow</i>	Продолжительность текущей телепередачи, в формате ЧЧ-ММ-СС-ДД абсолютного времени.
18.	цикл	<i>block</i>	Описание выгрузки очередного рекламного блока в текущей телепередаче.
19.	циклическая переменная NCYCLE	<i>nBlock</i>	Порядковый номер текущего рекламного блока в списке выгруженных рекламных блоков. После выхода из цикла – значение 1.
20.	циклическая переменная TIME	<i>timeBlock</i>	Время начала текущего рекламного блока, в формате ЧЧ-ММ-СС-ДД абсолютного времени.
21.	циклическая переменная TIME	<i>lenBlock</i>	Продолжительность текущего рекламного блока, в формате ЧЧ-ММ-СС-ДД абсолютного времени.
22.	циклическая переменная BINARY	<i>numBlock</i>	Порядковый номер рекламного блока в текущей телепередаче. Для доступа к значению номера параметры указывать не нужно: <i>#numBlock()</i> .
23.	циклическая переменная BINARY	<i>typeBlock</i>	Флажки текущего рекламного блока: флаг выхода во время PRIMETIME, тип рекламного блока. Для доступа к флагу выхода во время PRIMETIME

			необходимо указание следующих параметров: <i>#typeBlock(0,0,1)</i> . Интерпретация значения: 0 – блок начинается во время OFFPRIMETIME, 1 – блок начинается во время PRIMETIME. Для доступа к типу рекламного блока необходимо указание следующих параметров: <i>#typeBlock(0,4,15)</i> . Интерпретация значения: 0 – коммерческая реклама, 1 – политическая реклама, 2 – социальная реклама, 3 – спонсорская заставка, 4 – анонс, 5 – логотип, 6 – баннер, 7 – бегущая строка, 8 – устное объявление, 9 – партнёр показа, 10 – региональная реклама.
24.	цикл	<i>out</i>	Описание очередного видеоролика в текущем рекламном блоке.
25.	циклическая переменная NCYCLE	<i>nOut</i>	Порядковый номер текущего видеоролика в рекламном блоке. После выхода из цикла – значение 1.
26.	циклическая переменная BINARY	<i>idVideo</i>	Идентификатор видеоролика. Для доступа к значению идентификатора параметры указывать не нужно: <i>#idVideo()</i> .
27.	циклическая переменная TEXT	<i>nameVideo</i>	Название видеоролика.
28.	циклическая переменная TEXT	<i>versVideo</i>	Версия видеоролика или пустая строка, если версия не указана.
29.	циклическая переменная TEXT	<i>codeVideo</i>	Код видеоролика или пустая строка, если код не указан.
30.	циклическая переменная TEXT	<i>classVideo</i>	Название класса товаров, к которому относится видеоролик.
31.	циклическая переменная TEXT	<i>reklamVideo</i>	Название рекламодателя, к которому относится видеоролик, или пустая строка, если видеоролик не привязан к рекламодателю.
32.	циклическая переменная TEXT	<i>brand1Video</i>	Название первого бренда, к которому относится видеоролик, или пустая строка, если видеоролик не привязан к первому бренду.
33.	циклическая переменная TEXT	<i>brand2Video</i>	Название второго бренда, к которому относится видеоролик, или пустая строка, если видеоролик не привязан ко второму бренду.
34.	циклическая переменная TEXT	<i>brand3Video</i>	Название третьего бренда, к которому относится видеоролик, или пустая строка, если видеоролик не привязан к третьему бренду.
35.	циклическая переменная TEXT	<i>aboutVideo</i>	Комментарий к видеоролику или пустая строка, если комментария нет.
36.	циклическая переменная BINARY	<i>lenVideo</i>	Хронометраж видеоролика, в секундах. Для доступа к значению хронометража параметры указывать не нужно: <i>#lenVideo()</i> .
37.	циклическая переменная BINARY	<i>typeVideo</i>	Тип видеоролика: тип рекламного блока, к которому привязан видеоролик. Для доступа к типу рекламного блока необходимо

			указание следующих параметров: <i>#typeVideo(0,0,15)</i> . Интерпретация значения: 0 – коммерческая реклама, 1 – политическая реклама, 2 – социальная реклама, 3 – спонсорская заставка, 4 – анонс, 5 – логотип, 6 – баннер, 7 – бегущая строка, 8 – устное объявление, 9 – партнёр показа, 10 – региональная реклама.
38.	циклическая переменная BINARY	<i>flagsVideo</i>	Флаги видеоролика: архивный или действующий видеоролик. Для доступа к флагу архивности видеоролика необходимо указание следующих параметров: <i>#flagsVideo(0,0,1)</i> . Интерпретация значения: 0 – видеоролик действующий, 1 – видеоролик архивный.
39.	циклическая переменная BINARY	<i>idMedia</i>	Идентификатор медиаплана, в котором размещён текущий видеоролик. Для доступа к значению идентификатора параметры указывать не нужно: <i>#idMedia()</i> .
40.	циклическая переменная TEXT	<i>nameMedia</i>	Название медиаплана, в котором размещён текущий видеоролик.
41.	циклическая переменная BINARY	<i>idOrder</i>	Идентификатор заказа, в котором размещён текущий видеоролик. Для доступа к значению идентификатора параметры указывать не нужно: <i>#idOrder()</i> .
42.	циклическая переменная TEXT	<i>nameOrder</i>	Название заказа, в котором размещён текущий видеоролик.
43.	циклическая переменная TEXT	<i>nameGroup</i>	Название целевой аудитории заказа, в котором размещён текущий видеоролик.
44.	циклическая переменная TEXT	<i>nameAgree</i>	Название договора, в котором размещён текущий видеоролик.
45.	циклическая переменная TEXT	<i>nameDev</i>	Название валюты договора, в котором размещён текущий видеоролик.
46.	циклическая переменная TEXT	<i>nameClient</i>	Название клиента, к которому относится текущий видеоролик.
47.	циклическая переменная BINARY	<i>idGroup</i>	Идентификатор целевой аудитории заказа, в котором размещён текущий видеоролик. Для доступа к значению идентификатора параметры указывать не нужно: <i>#idGroup()</i> .
48.	циклическая переменная DATE	<i>datePrice</i>	Дата привязки заказа к прайс-листу, в формате ГГГГ-ММ-ДД, или 0, если заказ не привязан к прайс-листу (только для заказа Spot-minute).
49.	циклическая переменная BINARY	<i>typeOrder</i>	Тип размещения заказа, тип рекламного блока для заказа и тип привязки по вытеснению (только для заказа Spot или Spot-minute). Для доступа к типу размещения заказа необходимо указание следующих параметров: <i>#typeOrder(0,0,15)</i> . Интерпретация значения: 0 – заказ для размещения Spot-minute, 1 – заказ для размещения Spot, 2 – заказ для размещения GRP.

			Для доступа к типу рекламного блока для заказа необходимо указание следующих параметров: <i>#typeOrder(0,4,15)</i>. Интерпретация значения: 0 – коммерческая реклама, 1 – политическая реклама, 2 – социальная реклама, 3 – спонсорская заставка, 4 – анонс, 5 – логотип, 6 – баннер, 7 – бегущая строка, 8 – устное объявление, 9 – партнёр показа, 10 – региональная реклама. Для доступа к типу привязки по вытеснению для заказа Spot или Spot-minute необходимо указание следующих параметров: <i>#typeOrder(0,8,3)</i>. Интерпретация значения: 0 – как Spot, 1 – как Fix, 2 – как Float, 3 – как Npr.
50.	циклическая переменная BINARY	<i>flagsOrder</i>	Флаги заказа: метод расчёта взвешенного рейтинга (только для заказа GRP). Для доступа к методу расчёта взвешенного рейтинга заказа необходимо указание следующих параметров: <i>#flags(0,1,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – пропорционально, 1 – с коэффициентом.
51.	циклическая переменная REAL	<i>coef1f</i>	Коэффициент наценки для фиксированной позиции +1F.
52.	циклическая переменная REAL	<i>coef2f</i>	Коэффициент наценки для фиксированной позиции +2F.
53.	циклическая переменная REAL	<i>coef3f</i>	Коэффициент наценки для фиксированной позиции +3F.
54.	циклическая переменная REAL	<i>coef3b</i>	Коэффициент наценки для фиксированной позиции 3B+.
55.	циклическая переменная REAL	<i>coef2b</i>	Коэффициент наценки для фиксированной позиции 2B+.
56.	циклическая переменная REAL	<i>coef1b</i>	Коэффициент наценки для фиксированной позиции 1B+.
57.	циклическая переменная REAL	<i>ofprice1</i>	Цена заказа для OFFPRIMETIME по GRP:Fix, Spot или скидка по Spot-minute.
58.	циклическая переменная REAL	<i>ofprice2</i>	Цена заказа для OFFPRIMETIME по GRP:Float (для заказов Spot и Spot-minute не используется).
59.	циклическая переменная REAL	<i>ofprice3</i>	Цена заказа для OFFPRIMETIME по GRP:Npr (для заказов Spot и Spot-minute не используется).
60.	циклическая переменная REAL	<i>price1</i>	Цена заказа для PRIMETIME по GRP:Fix, Spot или скидка по Spot-minute.
61.	циклическая переменная REAL	<i>price2</i>	Цена заказа для PRIMETIME по GRP:Float (для заказов Spot и Spot-minute не используется).

62.	цикличная переменная REAL	<i>price3</i>	Цена заказа для PRIMETIME по GRP:Npr (для заказов Spot и Spot-minute не используется).
63.	цикличная переменная – статический массив BINARY	<i>idCoef.число</i>	Идентификатор наценки / скидки в базе данных, совпадающий со значением число. Если такого идентификатора в массиве нет, переменная не выводится.
64.	цикличная переменная – статический массив BINARY	<i>typeCoef.число</i>	Тип наценки / скидки в базе данных, идентификатор которой совпадает со значением число. Если такого идентификатора в массиве нет, переменная не выводится. Для доступа к типам наценки / скидки необходимо указание следующих параметров: <i>#typeCoef.число(0,1,1)</i> . Интерпретация значения: 0 – скидка действует на класс размещения Fix, 1 – скидка не действует на класс размещения Fix; <i>#typeCoef.число(0,2,1)</i> . Интерпретация значения: 0 – скидка действует на класс размещения Float, 1 – скидка не действует на класс размещения Float; <i>#typeCoef.число(0,3,1)</i> . Интерпретация значения: 0 – скидка действует на класс размещения Npr, 1 – скидка не действует на класс размещения Npr; <i>#typeCoef.число(0,4,1)</i> . Интерпретация значения: 0 – скидка действует на размещение в промежуток времени OFFPRIMETIME, 1 – скидка не действует на размещение в промежуток времени OFFPRIMETIME; <i>#typeCoef.число(0,5,1)</i> . Интерпретация значения: 0 – скидка действует на размещение в промежуток времени PRIMETIME, 1 – скидка не действует на размещение в промежуток времени PRIMETIME.
65.	цикличная переменная – статический массив REAL	<i>coef.число</i>	Значение наценки / скидки в базе данных, идентификатор которой совпадает со значением число. Если такого идентификатора в массиве нет, переменная не выводится.
66.	цикличная переменная TIME	<i>timeOut</i>	Время выхода текущего видеоролика, в формате ЧЧ-ММ-СС-ДД абсолютного времени.
67.	цикличная переменная BINARY	<i>flagsOut</i>	Флажки текущего видеоролика: номер фиксированной позиции, тип и класс размещения, фиксирование стоимости, наличие собственного рейтинга. Для доступа к фиксированной позиции необходимо указание следующих параметров: <i>#flagsOut(0,0,7)</i> . Интерпретация значения: 0 – нет закрепленной позиции, 1 – третий с конца, 2 – второй с конца, 3 – первый с конца, 5 – первый с начала, 6 – второй с начала или 7 – третий с начала. Для доступа к типу размещения необходимо указание следующих параметров: <i>#flagsOut(0,3,7)</i> .

			Интерпретация значения: 0 – Spot, 1 – GRP, 2 – Spot-minute. Для доступа к классу размещения необходимо указание следующих параметров: <i>#flagsOut(0,6,3)</i>. Интерпретация значения: 0 – Spot, 1 – Fix, 2 – Float, 3 – Npr. Для доступа к флажку фиксированной стоимости необходимо указание следующих параметров: <i>#flagsOut(0,8,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – расчетная стоимость, 1 – фиксированная стоимость. Для доступа к флажку собственного рейтинга необходимо указание следующих параметров: <i>#flagsOut(0,9,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – использовался прогнозный рейтинг блока, 1 – использовался собственный рейтинг видеоролика.
68.	циклическая переменная REAL	<i>grp</i>	Прогнозный рейтинг рекламного блока по целевой аудитории выхода текущего видеоролика.
69.	циклическая переменная REAL	<i>cost</i>	Стоимость выхода текущего видеоролика, в валюте договора.

7.10. Создание и выгрузка отчёта № 3 по доходам телепередач

Для выгрузки во внешние файлы формата MS Excel информации о доходности телепередач текущего активного канала за определённый период времени используется отчёт № 3 «Доходность телепередач». Для его создания необходимо в закладке меню «Канал» выбрать пункты «Отчёты» – «Доходы телепередач» либо нажать комбинацию горячих клавиш «Ctrl+3».

В ответ на эти действия на экране появится форма с 14 критериями выборки создаваемого отчёта (см. рис. 56).

Для того, чтобы задать соответствующий критерий, необходимо перевести находящийся рядом с ним переключатель в положение «Выбран». Для того, чтобы убрать выбранный критерий, необходимо перевести переключатель в положение «Не выбран».

Критерий «Включить в отчёт телепередачи из базы данных» включает в отчёт информацию о доходности шаблонных телепередач. По умолчанию выбран.

Критерий «Включить в отчёт разовые телепередачи» включает в отчёт информацию о доходности разовых телепередач. По умолчанию не выбран.

Включив оба этих критерия, можно создать отчёт, содержащий информацию и о шаблонных, и о разовых телепередачах. Выключение обоих критериев смысла не имеет, поэтому запрещено в Программе: при попытке выключения одного из них автоматически будет включён второй.

Критерий «Жанр» ограничивает поиск размещений только в шаблонных телепередачах указанного жанра. Если он не выбран, поиск производится во всех телепередачах, в том числе и разовых.

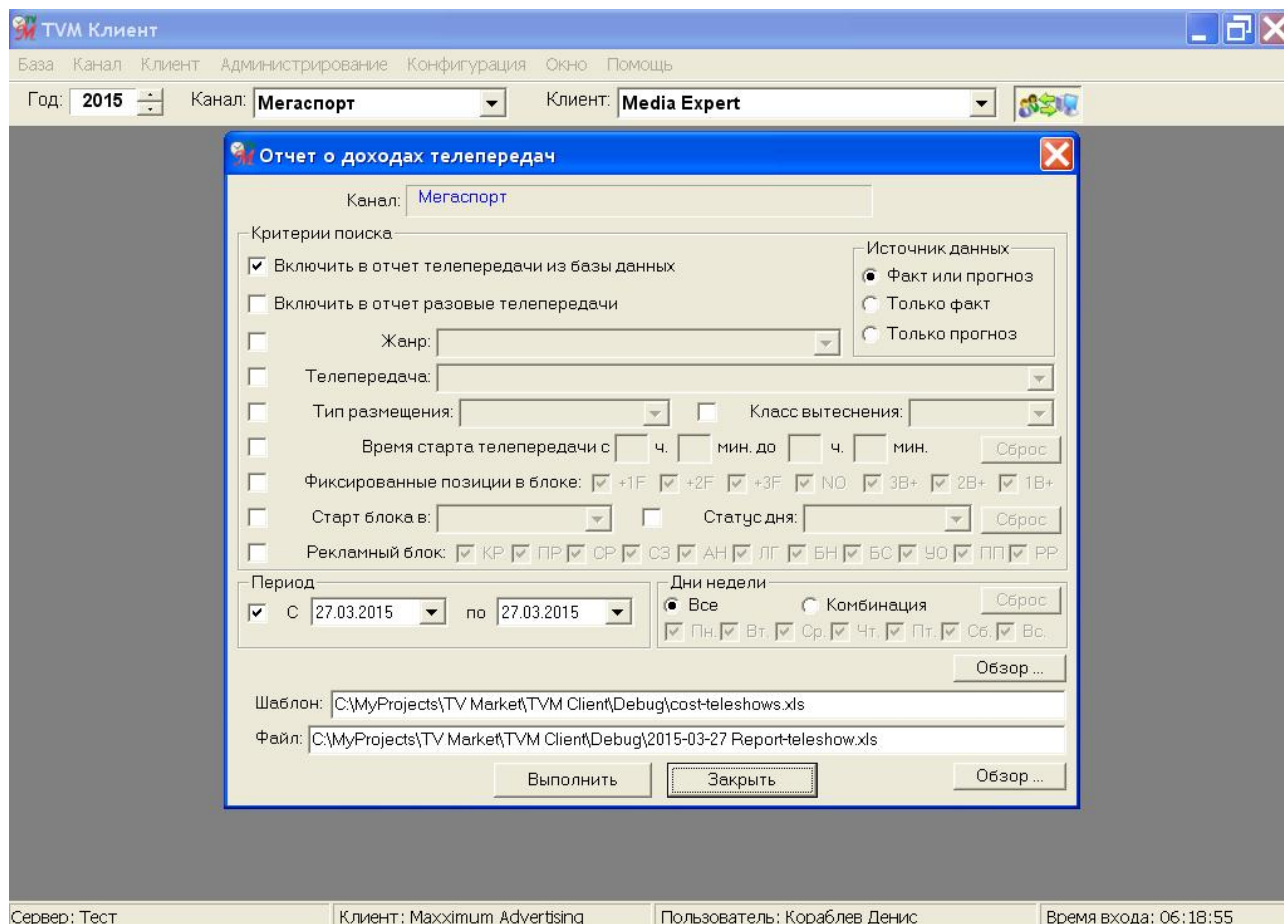


Рисунок 56. Форма отчёта № 3 «Доходы телепередач»

Критерий «Телепередача» ограничивает поиск размещений только в указанной шаблонной телепередаче. Если он не выбран, поиск производится по всем телепередачам, включая и разовые. Этот критерий не может быть выбран, если не выбран критерий «Жанр».

Критерий «Тип размещения» ограничивает поиск размещений только среди указанного типа размещения. Если он не выбран, поиск производится по всем типам размещений.

Критерий «Класс вытеснения» ограничивает поиск размещений видеороликов, размещённых только по указанному классу вытеснения (при этом, следует помнить, что класс вытеснения для заказов GRP всегда совпадает с классом размещения). Если он не выбран, поиск производится по всем классам вытеснения.

Критерий «Время старта телепередачи» ограничивает поиск размещений только в тех телепередачах, которые начинаются в указанный диапазон времени (первое значение времени включается в диапазон, а второе не включается). Если он не выбран, поиск производится во всех телепередачах.

Критерий «Фиксированные позиции в блоке» ограничивает поиск размещений только среди тех видеороликов, которые размещены по указанной комбинации фиксированных позиций или без фиксации на конкретной позиции. Если он не выбран, поиск производится среди всех видеороликов.

Критерий «Старт блока в» ограничивает поиск размещений только в тех рекламных блоках, которые выходят в указанный диапазон времени

(OFFPRIMETIME или PRIMETIME). Если он не выбран, поиск производится во всех рекламных блоках.

Критерий «Статус дня» ограничивает поиск размещений только в указанных днях (рабочие дни или выходные дни). Если он не выбран, поиск производится во всех днях.

Критерий «Рекламный блок» ограничивает поиск размещений только в рекламных блоках указанного типа. Если он не выбран, поиск производится во всех типах рекламных блоков.

Критерий «Период» задаёт начальную и конечную даты отчёта. Если этот критерий не выбран, создаётся отчёт за весь период существования базы данных.

Критерий «Дни недели» ограничивает поиск размещений только в указанной комбинации дней недели. Если он не выбран, поиск производится во всех днях недели, с понедельника по воскресенье.

Критерий «Источник данных» указывает, из каких таблиц размещения необходимо брать данные для создания отчёта. Возможны варианты «Факт или прогноз» (установлен по умолчанию), «Только факт» или «Только прогноз».

Программа позволяет задать комбинацию любых из указанных условий для ограничения выборки. При этом, все заданные условия объединяются по правилу логического умножения (т.е. выборка будет соответствовать всем заданным условиям одновременно).

Обязательно в этой форме необходимо указать путь и имя внешнего файла, в который будет помещена выгрузка, а также путь и имя файла-шаблона, в соответствии с которым будет сгенерирована выгрузка.

После задания всех параметров выгрузки необходимо нажать на кнопку «Выполнить». В результате Программа сформирует для менеджера экспорта задание по созданию указанного файла выгрузки в соответствии с указанным файлом-шаблоном. Для отмены выгрузки необходимо нажать на кнопку «Отмена».

В шаблоне описания выгрузки отчёта № 3 по доходности телепередач, кроме стандартных операторов выгрузки, могут использоваться следующие переменные и циклы:

№ п/п	Тип	Имя	Значение
1.	статическая переменная BINARY	<i>flags</i>	Флаги запроса: флаг учёта телепередач из БД, флаг учёта разовых телепередач, тип таблиц размещения, на базе которых создается отчёт, флаг учёта рекламных блоков в PRIMETIME, флаг учёта рекламных блоков в OFFPRIMETIME, флаг учёта рабочих дней и флаг учёта выходных дней. Для доступа к флагу учёта телепередач из БД необходимо указание следующих параметров: <i>#flags(0,0,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – телепередачи из базы данных не учитывались, 1 – телепередачи из базы данных учитывались. Для доступа к флагу учёта разовых телепередач

			необходимо указание следующих параметров: <i>#flags(0,1,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – разовые телепередачи не учитывались, 1 – разовые телепередачи учитывались. Для доступа к типу таблиц размещения необходимо указание следующих параметров: <i>#flags(0,2,3)</i>. Интерпретация значения: 0 – факт или прогноз, 1 – только факт, 2 – только прогноз. Для доступа к флагу учёта рекламных блоков в PRIMETIME необходимо указание следующих параметров: <i>#flags(0,4,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – такие блоки не учитывались, 1 – такие блоки учитывались. Для доступа к флагу учёта рекламных блоков в OFFPRIMETIME необходимо указание следующих параметров: <i>#flags(0,5,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – такие блоки не учитывались, 1 – такие блоки учитывались. Для доступа к флагу учёта рабочих дней необходимо указание следующих параметров: <i>#flags(0,6,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – такие дни не учитывались, 1 – такие дни учитывались. Для доступа к флагу учёта выходных дней необходимо указание следующих параметров: <i>#flags(0,7,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – такие дни не учитывались, 1 – такие дни учитывались.
2.	статичная переменная BINARY	<i>rights</i>	Наличие в ответе колонок для полного отчёта, а также рейтингов, что зависит от прав пользователя, который выгружает отчёт. Для доступа к флагу наличия в ответе колонок для полного отчёта необходимо указание следующих параметров: <i>#rights(0,0,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – колонки отсутствуют, 1 – колонки присутствуют. Для доступа к флагу наличия в ответе рейтингов необходимо указание следующих параметров: <i>#rights(0,1,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – рейтинги отсутствуют из-за отсутствия прав пользователя на чтение рейтингов (переменные <i>volume</i> и <i>vol</i> содержат нулевые значения), 1 – рейтинги присутствуют.
3.	статичная переменная DATE	<i>fromDate</i>	Дата первого дня отчёта, в формате ГГГГ-ММ-ДД.
4.	статичная переменная DATE	<i>toDate</i>	Дата последнего дня отчёта, в формате ГГГГ-ММ-ДД.
5.	статичная переменная BINARY	<i>days</i>	Комбинация дней недели, по которым создавался отчёт. Для доступа к флагу использования понедельника необходимо указание следующих параметров: <i>#days(0,0,1)</i>. Для доступа к флагу использования вторника необходимо указание следующих параметров:

			<i>#days(0,1,1)</i>. Для доступа к флагу использования среды необходимо указание следующих параметров: <i>#days(0,2,1)</i>. Для доступа к флагу использования четверга необходимо указание следующих параметров: <i>#days(0,3,1)</i>. Для доступа к флагу использования пятницы необходимо указание следующих параметров: <i>#days(0,4,1)</i>. Для доступа к флагу использования субботы необходимо указание следующих параметров: <i>#days(0,5,1)</i>. Для доступа к флагу использования воскресенья необходимо указание следующих параметров: <i>#days(0,6,1)</i>. Единичное значение говорит о том, что день использовался в отчёте, а нулевое значение – что он не использовался.
6.	статичная переменная TIME	<i>fromTime</i>	Минимальное время старта телепередачи, которым был ограничен поиск, в формате ЧЧ-ММ-СС-ДД абсолютного времени, или строка «255255255255», если отчёт создан за весь диапазон времени.
7.	статичная переменная TIME	<i>toTime</i>	Время старта телепередачи, начиная с которого поиск не осуществлялся, в формате ЧЧ-ММ-СС-ДД абсолютного времени, или строка «255255255255», если отчёт создан за весь диапазон времени.
8.	статичная переменная BINARY	<i>type</i>	Тип размещения и класс вытеснения, по которым осуществлялся поиск. Для доступа к флагу наличия ограничений по типу размещения необходимо указание следующих параметров: <i>#type(0,7,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – фильтр по типу размещения не использовался, 1 – фильтр по типу размещения использовался. Если фильтр использовался, то для доступа к типу размещений необходимо указание следующих параметров: <i>#type(0,0,7)</i>. Интерпретация значения: 0 – поиск осуществлялся по типу размещения Spot, 1 – GRP, 2 – Spot-minute, 3-7 – не используются. Для доступа к флагу наличия ограничений по классу вытеснения необходимо указание следующих параметров: <i>#type(0,6,1)</i>. Интерпретация значения: 0 – фильтр по классу вытеснения не использовался, 1 – фильтр по классу вытеснения использовался. Если фильтр использовался, то для доступа к типу вытеснения необходимо указание следующих параметров: <i>#type(0,3,3)</i>. Интерпретация значения: 0 – Spot, 1 – Fix, 2 – Float, 3 – Npr.
9.	статичная переменная BINARY	<i>fix</i>	Комбинация фиксированных позиций, по которым осуществлялся поиск. Для доступа к флагу позиции +1F необходимо указание следующих параметров: <i>#fix(0,0,1)</i>. Для доступа к флагу позиции +2F необходимо

			указание следующих параметров: $\#fix(0,1,1)$. Для доступа к флагу позиции +3F необходимо указание следующих параметров: $\#fix(0,2,1)$. Для доступа к флагу не использования фиксированной позиции необходимо указание следующих параметров: $\#fix(0,3,1)$. Для доступа к флагу использования позиции 3B+ необходимо указание следующих параметров: $\#fix(0,4,1)$. Для доступа к флагу позиции 2B+ необходимо указание следующих параметров: $\#fix(0,5,1)$. Для доступа к флагу позиции 1B+ необходимо указание следующих параметров: $\#fix(0,6,1)$. Единичное значение говорит о том, что позиция использовалась в отчёте, а нулевое значение – что она не использовалась.
10.	статичная переменная BINARY	<i>filBlock</i>	Комбинация типов рекламных блоков, по которым осуществлялся поиск. Для доступа к флагу рекламного блока «Коммерческая реклама» необходимо указание следующих параметров: $\#filBlock(0,0,1)$. Для доступа к флагу рекламного блока «Политическая реклама» необходимо указание следующих параметров: $\#filBlock(0,1,1)$. Для доступа к флагу рекламного блока «Социальная реклама» необходимо указание следующих параметров: $\#filBlock(0,2,1)$. Для доступа к флагу рекламного блока «Спонсорская заставка» необходимо указание следующих параметров: $\#filBlock(0,3,1)$. Для доступа к флагу рекламного блока «Анонс» необходимо указание следующих параметров: $\#filBlock(0,4,1)$. Для доступа к флагу рекламного блока «Логотип» необходимо указание следующих параметров: $\#filBlock(0,5,1)$. Для доступа к флагу рекламного блока «Баннер» необходимо указание следующих параметров: $\#filBlock(0,6,1)$. Для доступа к флагу рекламного блока «Бегущая строка» необходимо указание следующих параметров: $\#filBlock(0,7,1)$. Для доступа к флагу рекламного блока «Устное объявление» необходимо указание следующих параметров: $\#filBlock(0,8,1)$. Для доступа к флагу рекламного блока «Партнёр показа» необходимо указание следующих параметров: $\#filBlock(0,9,1)$. Для доступа к флагу рекламного блока «Региональная реклама» необходимо указание следующих параметров: $\#filBlock(0,10,1)$. Единичное значение говорит о том, что рекламные блоки такого типа использовались в отчёте, а нулевое

			значение – что они не использовались.
11.	статичная переменная TEXT	<i>nameChannel</i>	Название канала, отчёт для которого создавался.
12.	статичная переменная TEXT	<i>filGenre</i>	Название жанра телепередач из БД, которым ограничивался отчёт, или пустая строка, если отчёт не ограничивался по жанру телепередач.
13.	статичная переменная TEXT	<i>filShow</i>	Общее название телепередачи из БД, которым ограничивался отчёт, или пустая строка, если отчёт не ограничивался по общему названию телепередачи.
14.	цикл	<i>show</i>	Описание очередной телепередачи.
15.	циклическая переменная NCYCLE	<i>nShow</i>	Порядковый номер текущей телепередачи в списке телепередач. После выхода из цикла – значение 1.
16.	циклическая переменная TEXT	<i>nameShow</i>	Общее название текущей телепередачи.
17.	циклическая переменная TEXT	<i>nameGenre</i>	Название жанра текущей телепередачи или пустая строка для разовой телепередачи.
18.	циклическая переменная BINARY	<i>idShow</i>	Идентификатор текущей телепередачи или 0, если это телепередача не из базы данных (разовая). Для доступа к значению идентификатора параметры указывать не нужно: <i>#idShow()</i> .
19.	циклическая переменная DATE	<i>fromShow</i>	Дата первого дня выхода телепередачи в диапазоне дней отчёта, в формате ГГГГ-ММ-ДД.
20.	циклическая переменная DATE	<i>toShow</i>	Дата последнего дня выхода телепередачи в диапазоне дней отчёта, в формате ГГГГ-ММ-ДД.
21.	циклическая переменная BINARY	<i>numShow</i>	Общее количество выходов текущей телепередачи в рамках диапазона дней отчёта. Для доступа к значению количества параметры указывать не нужно: <i>#numShow()</i> .
22.	цикл	<i>time</i>	Описание очередного времени выхода текущей телепередачи.
23.	циклическая переменная NCYCLE	<i>nTime</i>	Порядковый номер текущего времени выхода телепередачи в списке времен выхода. После выхода из цикла – значение 1.
24.	циклическая переменная TIME	<i>timeShow</i>	Время начала текущей телепередачи, в формате ЧЧ-ММ-СС-ДД абсолютного времени.
25.	циклическая переменная DATE	<i>fromTimeShow</i>	Дата первого дня выхода телепередачи в данное время (в диапазоне дней отчёта), в формате ГГГГ-ММ-ДД.
26.	циклическая переменная DATE	<i>toTimeShow</i>	Дата последнего дня выхода телепередачи в данное время (в диапазоне дней отчёта), в формате ГГГГ-ММ-ДД.
27.	циклическая переменная BINARY	<i>numTime</i>	Общее количество выходов текущей телепередачи в данное время в рамках диапазона дней отчёта. Для доступа к значению количества параметры указывать не нужно: <i>#numTime()</i> .

28.	цикл	<i>block</i>	Описание очередного типа рекламного блока в текущем времени выходы текущей телепередачи.
29.	циклическая переменная NCYCLE	<i>nBlock</i>	Порядковый номер текущего типа рекламного блока в списке типов рекламных блоков. После выхода из цикла – значение 1.
30.	циклическая переменная BINARY	<i>typeBlock</i>	Тип текущего рекламного блока. Для доступа к типу рекламного блока необходимо указание следующих параметров: <i>#typeBlock(0,0,15)</i> . Интерпретация значения: 0 – коммерческая реклама, 1 – политическая реклама, 2 – социальная реклама, 3 – спонсорская заставка, 4 – анонс, 5 – логотип, 6 – баннер, 7 – бегущая строка, 8 – устное объявление, 9 – партнёр показа, 10 – региональная реклама.
31.	циклическая переменная INTEGER	<i>length</i>	Общий хронометраж времени внутри всех рекламных блоков данного типа, в секундах, в формате QWORD.
32.	циклическая переменная REAL	<i>volume</i>	Общий объём взвешенных (пропорционально) рейтингов внутри всех рекламных блоков данного типа по базовой целевой аудитории канала, в формате DOUBLE.
33.	циклическая переменная BINARY	<i>numBlock</i>	Общее количество выходов текущего типа рекламных блоков в текущей телепередаче в данное время в рамках диапазона дней отчёта. Для доступа к значению количества параметры указывать не нужно: <i>#numBlock()</i> .
34.	циклическая переменная BINARY	<i>numOut</i>	Общее количество найденных размещений в рекламных блоках данного типа. Для доступа к значению количества параметры указывать не нужно: <i>#numOut()</i> .
35.	циклическая переменная INTEGER	<i>len</i>	Общий хронометраж размещённых роликов внутри всех рекламных блоков данного типа, в секундах, в формате QWORD.
36.	циклическая переменная REAL	<i>vol</i>	Общий объём размещённых роликов внутри всех рекламных блоков данного типа, во взвешенных (пропорционально) рейтингах по базовой целевой аудитории канала, в формате DOUBLE.
37.	цикл	<i>dev</i>	Описание стоимости в очередной валюте размещений в рамках рекламных блоков данного типа.
38.	циклическая переменная NCYCLE	<i>nDev</i>	Порядковый номер текущей валюты в рекламных блоках данного типа. После выхода из цикла – значение 1.
39.	циклическая переменная TEXT	<i>nameDev</i>	Название валюты.
40.	циклическая переменная REAL	<i>cost</i>	Общая стоимость размещений для данной валюты в рекламных блоках текущего типа, в формате DOUBLE.
41.	цикл	<i>sum</i>	Описание стоимости в очередной валюте всех размещений в отчёте.
42.	циклическая переменная NCYCLE	<i>nSum</i>	Порядковый номер текущей валюты. После выхода из цикла – значение 1.

43.	циклическая переменная TEXT	<i>nameSum</i>	Название валюты.
44.	циклическая переменная REAL	<i>costSum</i>	Общая стоимость всех размещений в отчёте в данной валюте, в формате DOUBLE.

8. Работа с пользователями

Функции Программы по работе с пользователями сосредоточены в закладке «Администрирование» главного меню (см. рис. 57).

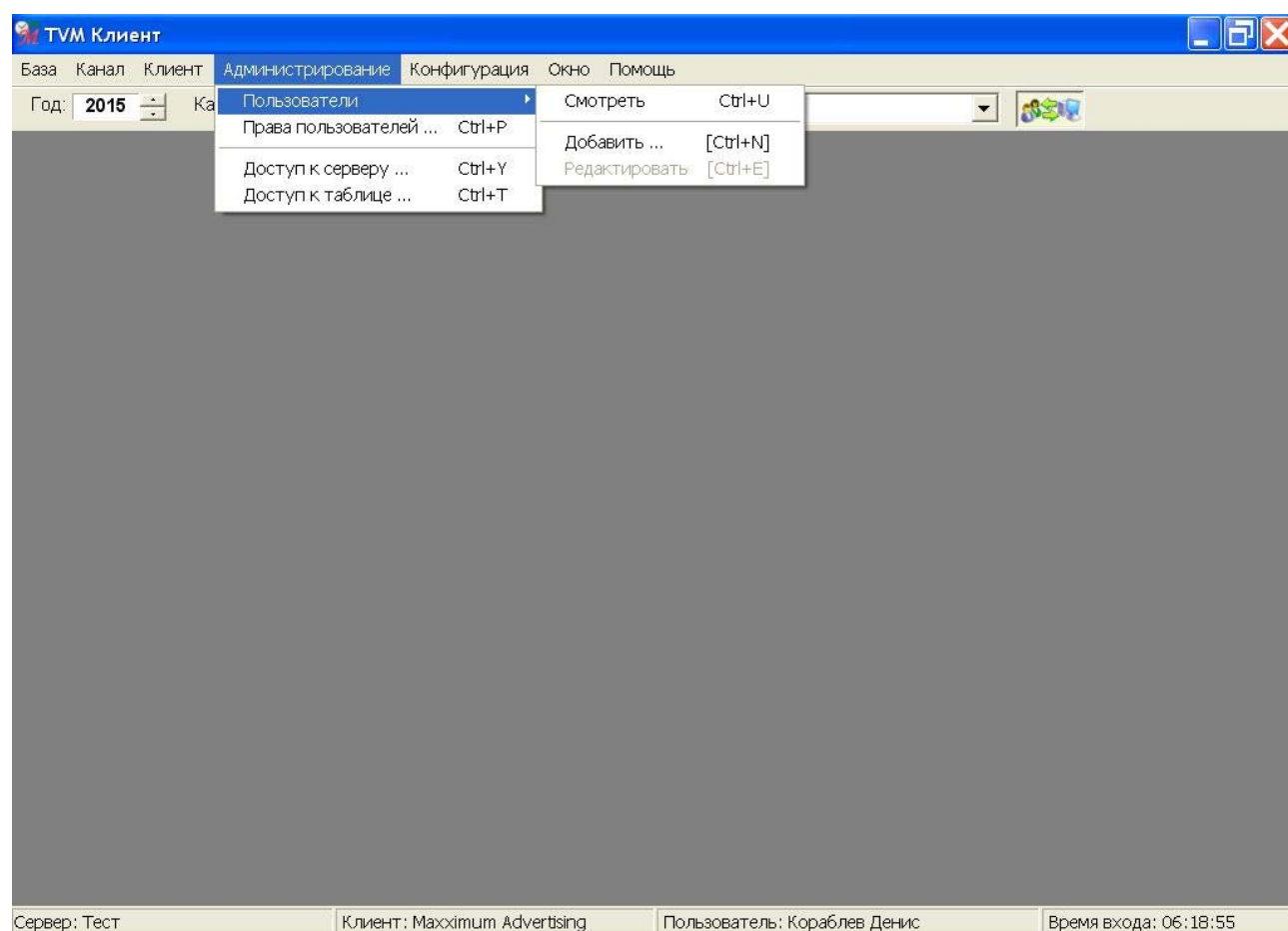


Рисунок 57. Закладка меню «Администрирование»

Они включают в себя функции по созданию, просмотру и редактированию пользователя, просмотру и редактированию прав существующих пользователей, настройке прав доступа пользователей к серверу и настройке прав доступа пользователей к таблицам размещения.

Каждый пользователь, зарегистрированный в Программе, имеет уникальный логин, под которым он может устанавливать соединение с сервером. Кроме того, каждый пользователь имеет определённый набор прав на доступ к серверу, доступ к таблице размещения и на выполнение отдельных операций с базой данных сервера.

При выполнении пользователем любой операции с базой данных сервер выполняет проверку прав этого пользователя в следующей последовательности:

- если в соответствии со всеми правами доступа к серверу доступ запрещён, происходит отказ в доступе;
- если в соответствии с правами пользователя на выполнение операций с базой данных выполнение данной операции запрещено, происходит отказ в обслуживании;
- если запрашивается операция изменения таблицы размещения, дополнительно проверяются права доступа к таблице размещения, и если таких прав нет, происходит отказ в выполнении операции.

8.1. Создание в базе данных нового пользователя

Чтобы добавить в базу данных информацию о новом пользователе, на панели меню в закладке «Администрирование» необходимо выбрать пункты «Пользователи» – «Добавить ...» либо нажать стандартную комбинацию горячих клавиш «Ctrl+N» при открытом окне пользователей, отображающемся поверх остальных окон.

В ответ на это действие в рабочей области главного окна Программы появится соответствующая форма (см. рис. 58).

В её поля «Фамилия», «Имя» необходимо внести фамилию и имя нового пользователя, в поле «Логин» – его условный логин, под которым этот пользователь будет подключаться к базе данных сервера, а в поля «Пароль» и «Подтверждение» – начальное значение секретного пароля пользователя для его аутентификации при установке соединения с сервером. Также необходимо установить статус пользователя (действующий или архивный) и, при необходимости, привязать нового пользователя к одному или нескольким клиентам (до 40 включительно).

Следует обратить внимание, что в системе не может существовать двух пользователей с одинаковыми логинами, т.е. **значение логина пользователя должно быть уникальным среди всех существующих пользователей!**

Поскольку пользователя всегда создаёт другой пользователь Программы (имеющий соответствующие права), то секретный пароль любого нового пользователя оказывается изначально скомпрометирован. Поэтому **новому пользователю при первом подключении к серверу рекомендуется в первую очередь сменить свой пароль!**

Поскольку сервер при идентификации пользователя в момент установки соединения просматривает только действующие записи в базе данных, то пользователь со статусом «Архивный» никогда не сможет подключиться к серверу до тех пор, пока его статус не будет изменён на «Действующий». Таким образом, **установить соединение с сервером может только действующий пользователь!**

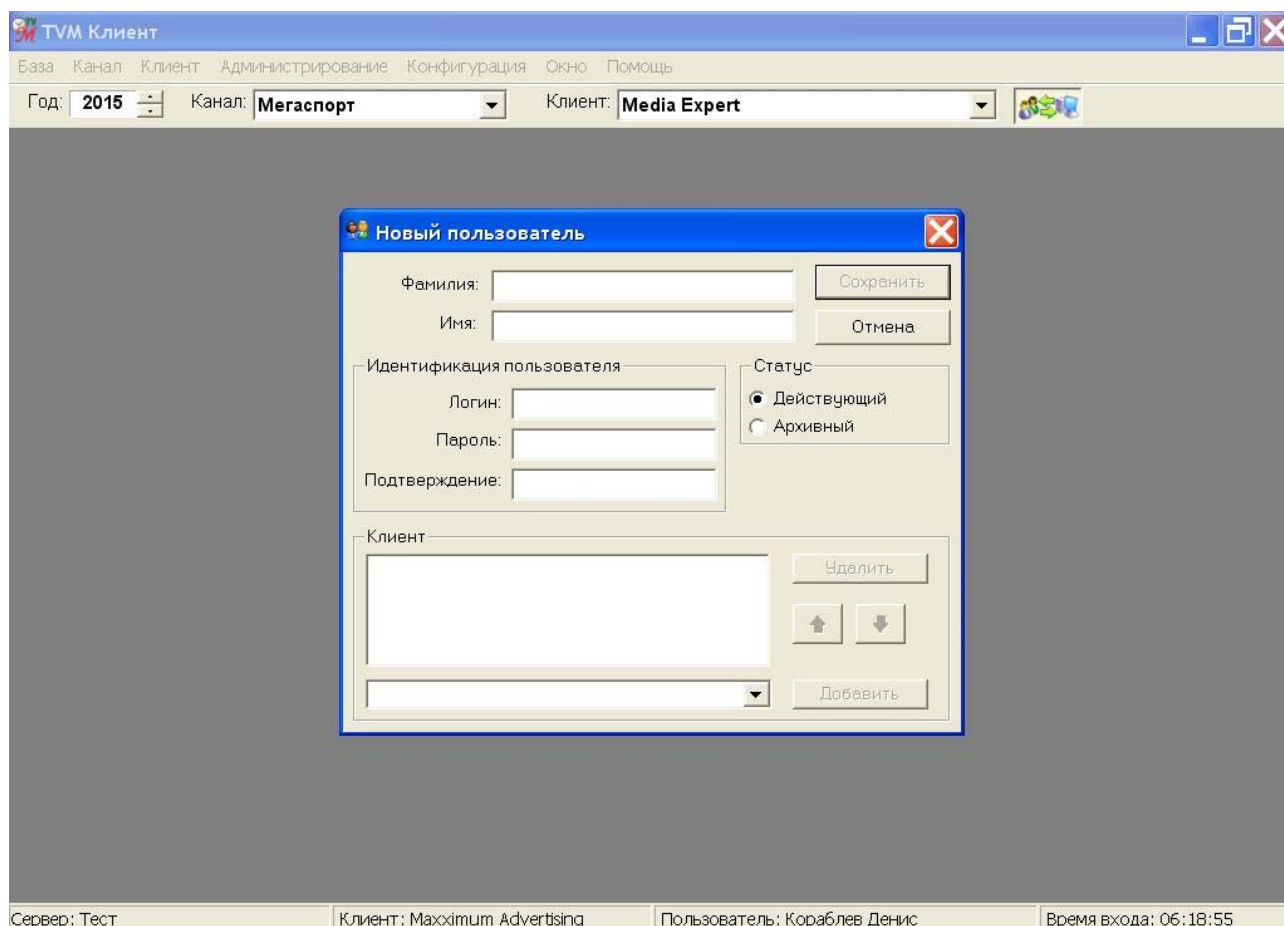


Рисунок 58. Создание нового пользователя

Если пользователь привязан к одному или к группе клиентов, то считается, что эти клиенты для него будут «своими», а остальные клиенты в базе данных – «чужими». Если пользователь не привязан ни к одному из существующих клиентов, то считается, что все клиенты в базе данных будут для него «чужими». Разделение для каждого пользователя существующих клиентов на «своих» и «чужих» позволяет задать разные права доступа этого пользователя к договорам / заказам / медиапланам / видеороликам клиентов из этих двух классов.

Поле «Клиент» показывает список клиентов, к которым будет привязан создаваемый пользователь. Для того, чтобы добавить в это поле нового клиента, следует выбрать его в нижнем выпадающем списке, после чего нажать на кнопку «Добавить». Для того, чтобы удалить клиента из списка, необходимо сначала выделить его в списке, а потом нажать на кнопку «Удалить». Чтобы изменить порядок следования клиентов в списке, необходимо перемещать выделенных клиентов при помощи кнопок со стрелками вверх и вниз.

После ввода всех данных необходимо нажать на кнопку «Сохранить» для того, чтобы занести информацию о новом пользователе в базу данных. Для отмены создания нового пользователя необходимо нажать на кнопку «Отмена» или закрыть форму.

Щелчок левой кнопкой мыши по заголовку одной из колонок таблицы пользователей сортирует содержимое таблицы по данной колонке, последовательно переключая направление сортировки при каждом очередном щелчке.

В колонках «Логин», «Фамилия», «Имя» отображаются соответственно логин, фамилия и имя пользователя.

В колонке «Клиент» отображается информация о привязке пользователя к существующим клиентам. Если в ней не указано ни одного клиента, это означает, что соответствующий пользователь не привязан ни к одному из них. Если пользователь привязан к нескольким клиентам, в этой колонке будет отображаться только первый из них, сопровождаемый указанием общего числа привязанных клиентов (в квадратных скобках).

В колонках «Дата» и «Время» указываются дата и время последнего изменения (создания или редактирования) соответствующего пользователя.

8.3. Редактирование существующего пользователя

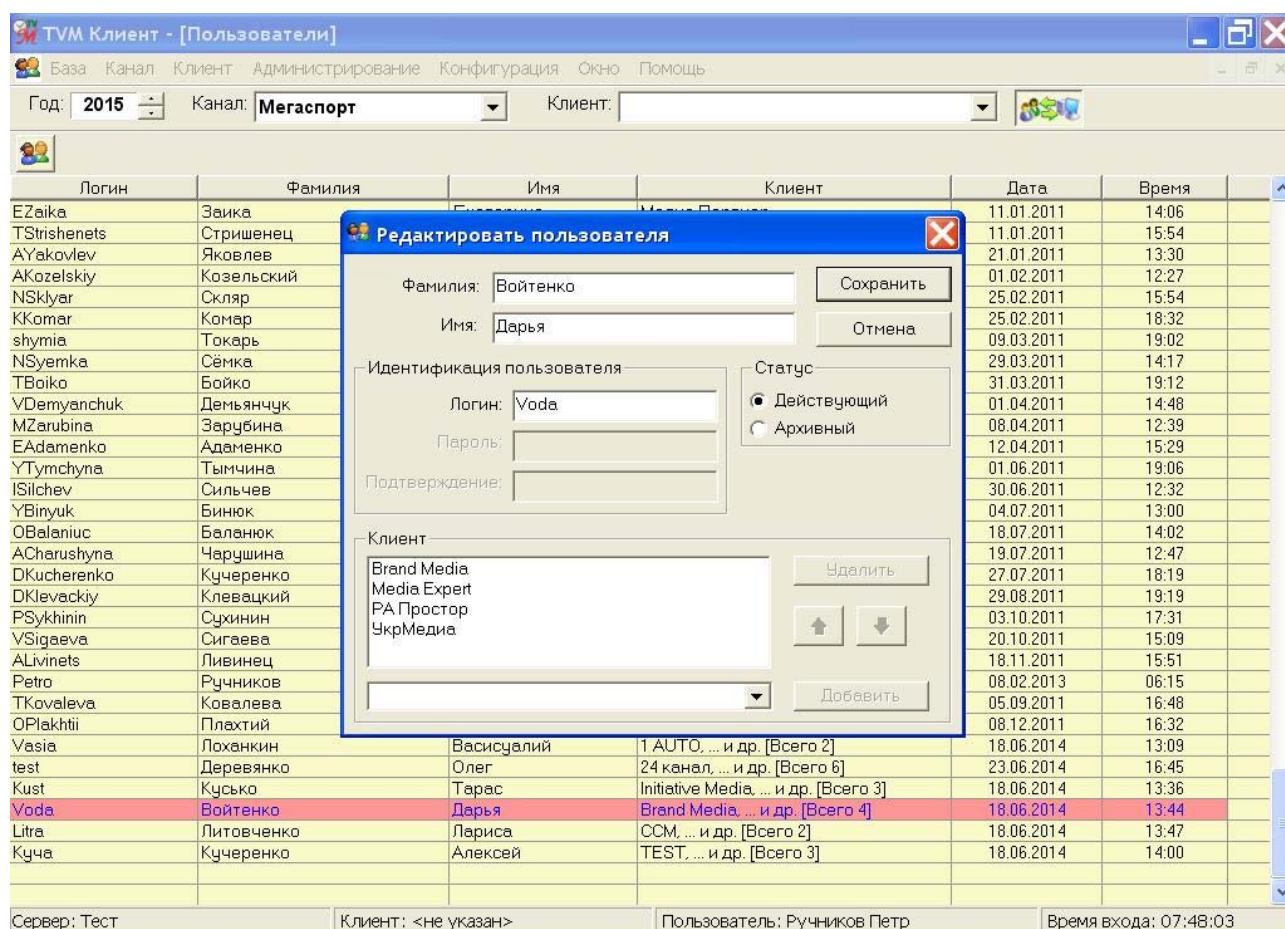


Рисунок 60. Редактирование существующего пользователя

Выделенного пользователя в окне пользователей при необходимости можно отредактировать. Для этого в закладке меню «Администрирование» необходимо выбрать пункты «Пользователи» – «Править» либо нажать

стандартную комбинацию горячих клавиш «Ctrl+E» при открытом окне пользователей, отображающемся поверх остальных окон. В результате на экране появится соответствующая форма, поля которой будут заполнены информацией о выделенном пользователе (см. рис. 60). При этом, поля «Пароль» и «Подтверждение» будут пустыми и недоступными для редактирования, поскольку изменить пароль существующего пользователя может лишь сам этот пользователь (при помощи функции изменения пароля в закладке меню «База»).

После внесения требуемых изменений необходимо нажать на кнопку «Сохранить» для записи внесённых правок в базу данных. Для отмены редактирования пользователя необходимо нажать на кнопку «Отмена» или закрыть форму.

Следует отметить, что изменение логинов, фамилий и имён пользователей никак не влияет на информацию в базе данных, с которой связаны эти пользователи, поскольку Программа идентифицирует каждого пользователя не по его фамилии или логину, а по уникальному и неизменяемому внутреннему идентификатору.

8.4. Просмотр и редактирование прав пользователей

Права пользователей на выполнение отдельных операций с базой данных представляют собой виды запросов, выполнять которые пользователь имеет право. Текущая версия Программы поддерживает следующие 56 видов прав пользователей:

№ п/п	Вид запроса	Варианты доступа	
Обычные запросы		Получение информации	Изменение информации
1.	Информация пользователя о своём пароле	нет	да / нет
2.	Информация о телеканалах	да	да / нет
3.	Информация о своих клиентах	да / нет	да / нет
4.	Информация о чужих клиентах	да / нет	да / нет
5.	Информация о своих видеороликах	да / нет	да / нет
6.	Информация о чужих видеороликах	да / нет	да / нет
7.	Информация о своих договорах	да / нет	да / нет
8.	Информация о чужих договорах	да / нет	да / нет
9.	Информация о своих заказах	да / нет	да / нет
10.	Информация о чужих заказах	да / нет	да / нет
11.	Информация о своих медиапланах	да / нет	да / нет
12.	Информация о чужих медиапланах	да / нет	да / нет
13.	Информация о телевизионной сетке	да / нет	да / нет
14.	Информация о таблице размещения	да / нет	да / нет
15.	Информация об объёмах заказов	да / нет	да / нет
16.	Информация о стоимостях заказов	да / нет	да / нет
17.	Информация о рейтингах	да / нет	да / нет

18.	Информация о жанрах телепередач	да / нет	да / нет
19.	Информация о телепередачах	да / нет	да / нет
20.	Информация о валютах	да / нет	да / нет
21.	Информация о курсах валют	да / нет	да / нет
22.	Информация о рекламодателях	да / нет	да / нет
23.	Информация о брендах	да / нет	да / нет
24.	Информация о целевых аудиториях	да / нет	да / нет
25.	Информация о фиксированных стоимостях медиапланов	да / нет	да / нет
26.	Информация о минутных прайс-листах	да / нет	да / нет
27.	Информация о фильтрах	да / нет	да / нет
28.	Информация о фактической таблице размещения	да / нет	да / нет
Специальные запросы		Выполнение запроса	
29.	Право фиксации видеороликов на позиции +1F	да / нет	
30.	Право фиксации видеороликов на позиции +2F	да / нет	
31.	Право фиксации видеороликов на позиции +3F	да / нет	
32.	Право фиксации видеороликов на позиции 3B+	да / нет	
33.	Право фиксации видеороликов на позиции 2B+	да / нет	
34.	Право фиксации видеороликов на позиции 1B+	да / нет	
35.	Право размещения в таблице независимо от действующих ограничений доступа к таблицам размещения	да / нет	
36.	Право доступа к рекламным блокам «Коммерческая реклама»	да / нет	
37.	Право доступа к рекламным блокам «Политическая реклама»	да / нет	
38.	Право доступа к рекламным блокам «Социальная реклама»	да / нет	
39.	Право доступа к рекламным блокам «Региональная реклама»	да / нет	
40.	Право доступа к рекламным блокам «Спонсорская заставка»	да / нет	
41.	Право доступа к рекламным блокам «Партнёр показа»	да / нет	
42.	Право доступа к рекламным блокам «Анонс»	да / нет	
43.	Право доступа к рекламным блокам «Логотип»	да / нет	
44.	Право доступа к рекламным блокам «Баннер»	да / нет	
45.	Право доступа к рекламным блокам «Бегущая строка»	да / нет	
46.	Право доступа к рекламным блокам «Устное объявление»	да / нет	
47.	Право изменения последовательности видеороликов в рекламном блоке	да / нет	
48.	Право ограничения медиапланов фильтрами	да / нет	
Административные запросы		Получение информации	Изменение информации
49.	Информация о пользователях базы	да / нет	да / нет
50.	Информация о правах пользователей	да / нет	да / нет
51.	Информация о доступе к серверу	да / нет	да / нет
52.	Информация о доступе к таблицам размещения	да / нет	да / нет
Отчётные запросы		Частичная информация	Полная информация

53.	Выгрузка монтажного листа	да / нет	да / нет
54.	Создание / выгрузка отчёта № 1 «Объёмы и стоимость»	да / нет	да / нет
55.	Выгрузка отчёта № 2 «Выгрузка по эфиру»	да / нет	да / нет
56.	Выгрузка отчёта № 3 «Доходы телепередач»	да / нет	да / нет

Для внесения изменений в права пользователей на выполнение операций с базой данных необходимо в закладке меню «Администрирование» выбрать пункт «Права пользователей...» либо нажать комбинацию горячих клавиш «Ctrl+P». В ответ на это действие на экране появится соответствующая форма (см. рис. 61).

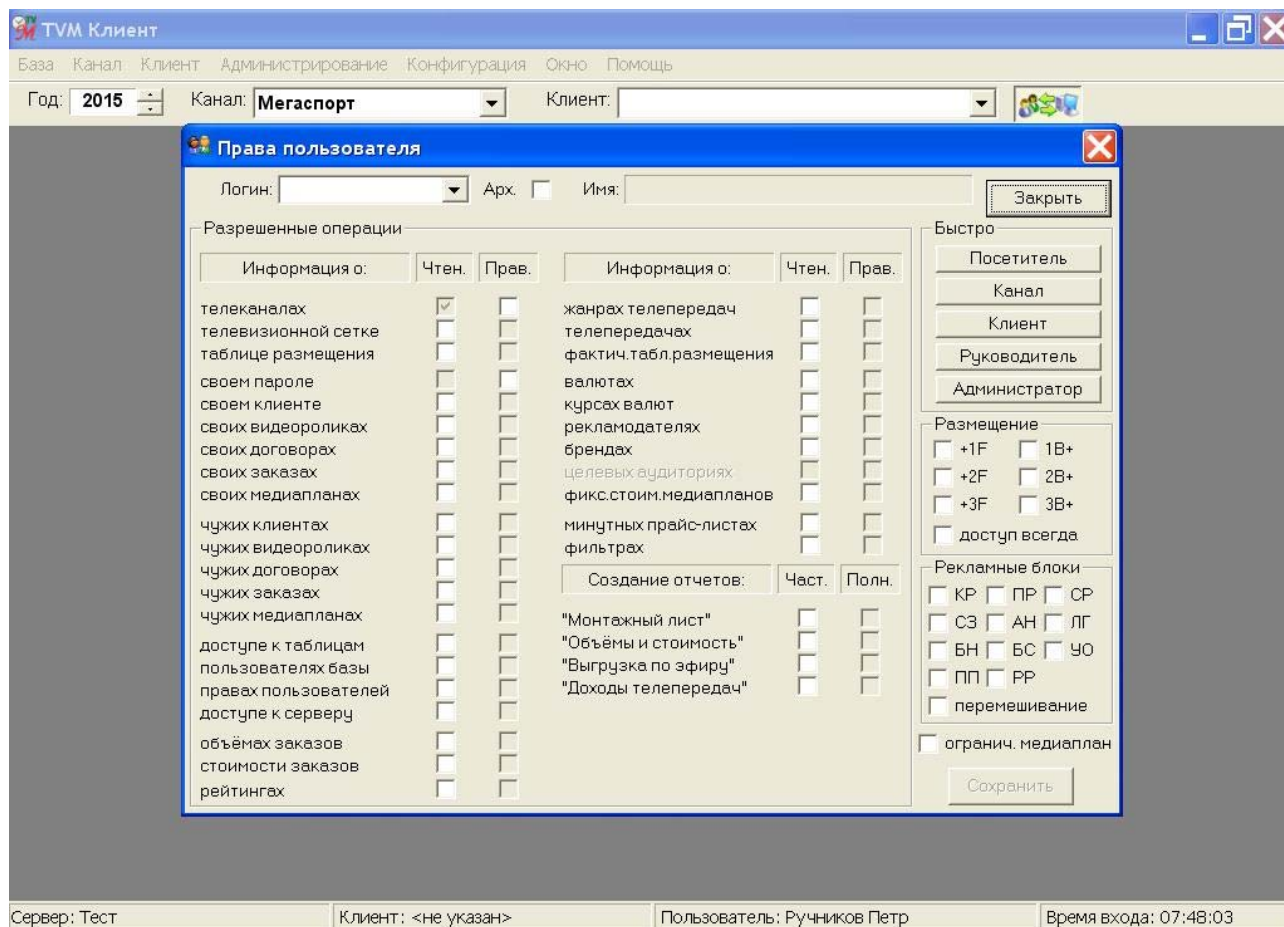


Рисунок 61. Форма прав пользователей

Для просмотра прав необходимо сначала выбрать пользователя при помощи выпадающего списка в поле «Логин». При этом, если находящаяся справа от поля «Логин» кнопка-переключатель «Арх.» не будет выбрана, то в поле «Логин» будет присутствовать список действующих пользователей. В противном случае, если кнопка-переключатель «Арх.» выбрана, то в поле «Логин» будет присутствовать список архивных пользователей. После выбора в списке логинов требуемого пользователя в поле «Имя» дополнительно появятся фамилия и имя этого пользователя, а в таблице прав будут отображены его текущие права. При этом, выбранная кнопка-переключатель соответствует имеющемуся праву, невыбранная – отсутствующему праву. В колонке «Чтен.» отображается наличие прав на чтение информации, в колонке «Прав.» –

наличие прав на редактирование (правку) этой информации. В колонке «Част.» отображается наличие прав на создание частичных отчётов, в колонке «Полн.» – на создание полных отчётов.

Снимая или убирая отметки напротив соответствующих операций, можно выставить требуемую комбинацию прав для выбранного пользователя. При этом, если пользователю запрещено получение информации, то изменение её также запрещено. Если пользователю запрещено создавать частичный отчёт, то создавать полный отчёт также запрещено.

Существуют пять стандартных комбинаций прав пользователей, которые устанавливаются автоматически при нажатии специальных кнопок в правой верхней части формы: «Посетитель», «Канал», «Клиент», «Руководитель» и «Администратор».

Отдельная группа прав в поле «Размещение» предназначена для регулирования возможности закреплять видеоролики при размещении на фиксированных позициях (поля +1F, +2F, +3F, 1B+, 2B+ и 3B+), игнорировать ограничения по доступу к таблицам размещения (поле «доступ всегда»), регулирования доступа к рекламным блокам различных типов (поля «КР», «ПР», «СР», «СЗ», «АН», «ЛГ», «БН», «БС», «УО», «РР» и «ПП»), возможности изменения позиции видеороликов в рекламных блоках (поле «перемешивание») и возможности ограничивать медиапланы через привязывание их к фильтрам ограничений (поле «огранич. медиаплан»).

Выполнив требуемые изменения, необходимо нажать на кнопку «Сохранить» для записи новой комбинации прав пользователя в базу данных. В конце работы для закрытия формы следует нажать на кнопку «Закрыть».

8.5. Регулирование доступа к серверу

Права доступа пользователя к серверу управляют возможностью физического соединения с сервером в зависимости от времени суток. Бывают трёх уровней:

- общего;
- индивидуального;
- ограничительного.

Права общего уровня устанавливаются для всех пользователей по умолчанию. Они могут распространяться на все дни недели или только на рабочие дни и задают интервал времени, в течение которого разрешено устанавливать соединение с сервером.

Права индивидуального уровня могут устанавливаться для каждого пользователя в отдельности и представляют собой уточнённый промежуток времени, в течение которого данному пользователю разрешён доступ к серверу. При этом возможен вариант «белого списка» и «чёрного списка», который задаёт способ объединения индивидуального временного промежутка с промежутком общего уровня.

Если права доступа индивидуального уровня заданы по «белому списку», это означает, что доступ данному пользователю к серверу будет разрешен или в

интервале времени прав общего уровня, или в интервале времени прав индивидуального уровня (т.е. общий результат определяется операцией логического сложения).

Если права доступа индивидуального уровня заданы по «чёрному списку», это означает, что доступ данному пользователю к серверу будет разрешен только в интервале времени, присутствующем и в правах общего уровня, и в правах индивидуального уровня (т.е. общий результат определяется операцией логического умножения).

Права ограничительного уровня предусмотрены в административных целях. Они представляют собой промежуток времени, в течение которого доступ к серверу запрещён всем пользователям, кроме администраторов. Администратором в Программе считается тот пользователь, который наделён правом чтения прав пользователей или правом чтения доступа к серверу.

Для внесения изменений в права доступа пользователей к серверу необходимо в закладке меню «Администрирование» выбрать пункт «Доступ к серверу ...» либо нажать комбинацию горячих клавиш «Ctrl+Y». В ответ на это действие на экране появится соответствующая форма (см. рис. 62).

The screenshot shows the 'TVM Клиент' application window. The main menu bar includes 'База', 'Канал', 'Клиент', 'Администрирование', 'Конфигурация', 'Окно', and 'Помощь'. Below the menu, there are fields for 'Год: 2015', 'Канал: Мегаспорт', and 'Клиент:'. The 'Доступ к серверу' dialog box is open, featuring a calendar for March 2015. The 'Дни доступа' section has three radio buttons: 'Каждый день недели' (selected), 'По всем будним дням', and 'По календарю...'. The 'Время доступа' section shows a time range from 00:00 to 23:59. The 'Индивидуальные ограничения' section includes a 'Логин' dropdown, an 'Имя' field, and three radio buttons: 'Уточнение времени', 'Черный список', and 'Белый список'. The 'Запретить доступ всем, кроме администраторов' section has a time range picker. At the bottom, there are status bars for 'Сервер: Тест', 'Клиент: <не указан>', 'Пользователь: Ручников Петр', and 'Время входа: 07:48:03'.

Рисунок 62. Форма регулирования доступа к серверу

В её поле «Дни доступа» можно задать только рабочие дни недели или все дни без исключения.

В поле «Время доступа» можно указать интервал времени общего уровня, в течение которого доступ к серверу разрешён всем пользователям в разрешённые дни.

Доступ указывается часом и минутой, с которой доступ разрешён, и часом и минутой, после которой доступ запрещён. При этом если первое значение меньше второго, доступ разрешён от первого временного интервала до второго включительно. Если же первое значение больше второго, доступ разрешён, начиная с первого временного интервала до полуночи, и с полуночи до второго временного интервала включительно. Таким образом, чтобы открыть доступ к серверу на целые сутки, можно задать как интервал с 00:00 до 23:59, так и любой интервал, в котором первое время больше на 1 минуту второго (например, с 14:16 до 14:15 или с 00:01 до 00:00). Для сохранения изменений доступа общего уровня следует нажать кнопку «Сохранить», находящуюся под временем доступа.

В поле «Индивидуальные ограничения» можно выбрать любого пользователя и уточнить ему право доступа в индивидуальном порядке. Для этого следует выставить опцию «Уточнение времени», задать вариант ограничения «Белый список» или «Чёрный список», после чего ввести временной интервал (интерпретируется аналогично доступу общего уровня) и нажать кнопку «Сохранить», расположенную под временем доступа.

В поле «Запретить доступ всем, кроме администраторов» можно задать интервал времени, в течение которого доступ к серверу будет разрешён только пользователям, имеющим административные полномочия. Остальным пользователям доступ к серверу будет запрещён. Интервал времени интерпретируется так же, как и интервалы для общего и индивидуального доступа.

Для того, чтобы закрыть форму, необходимо нажать на кнопку «Закрыть» или воспользоваться стандартной кнопкой закрытия окна в Windows.

8.6. Регулирование доступа к таблицам размещения

Доступ пользователей к таблицам размещения представляет собой право пользователей на изменение таблиц размещения посредством постановки и снятия видеороликов в их рекламных блоках, а также изменения в блоках порядка следования видеороликов. Доступ пользователей к таблицам размещения может быть ограничен по диапазону дат (на общем уровне, на уровне отдельного канала и на уровне отдельного заказа) и (или) по диапазонам времени в течение дня (на общем уровне и на уровне отдельного канала). **Ограничения доступа к таблице размещения действуют для всех пользователей, кроме тех, у которых выставлено право «Доступ всегда»!**

Для изменения прав доступа пользователей к таблицам размещения необходимо в закладке меню «Администрирование» выбрать функцию «Доступ к таблице ...» либо нажать комбинацию горячих клавиш «Ctrl+T». В ответ на это действие на экране появится соответствующая форма (см. рис. 63). Она содержит две закладки: «Ограничения по датам» и «Ограничения по времени».

В закладке «Ограничения по датам» осуществляется регулирование доступа по диапазону дат. Ограничение доступа здесь представляет собой две даты, начиная с которой и заканчивая которой (включительно) пользователям разрешено изменение таблицы размещения. В поле «Размещение размещено» устанавливается ограничение на общем уровне, действующее для всех заказов и всех каналов. Необходимо ввести дату, с которой разрешено размещение и дату, по которую (включительно) оно разрешено, после чего нажать кнопку «Сохранить», находящуюся справа от введенных дат, для того, чтобы изменения были приняты.

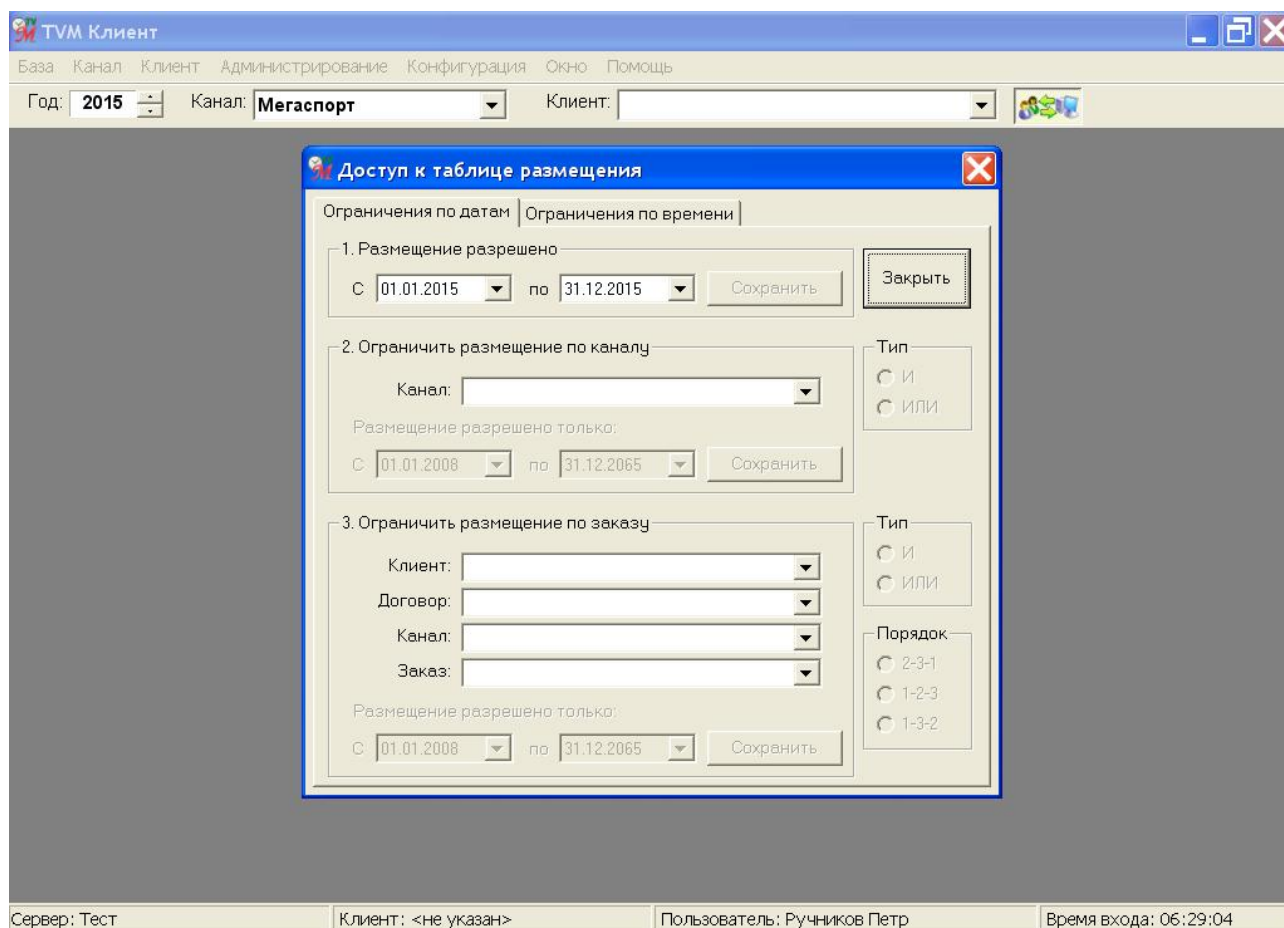


Рисунок 63. Форма регулирования доступа к таблице размещения

Чтобы ограничить размещение по каналу, необходимо в поле «Ограничить размещение по каналу» выбрать требуемый канал, после чего в полях «С» и «по» отобразятся даты, в которых в данный момент разрешено размещение на выбранном канале, а в поле «Тип» будет указан способ объединения ограничений по каналу с общими ограничениями. Объединение по типу «И» соответствует операции логического умножения, т.е. результирующим диапазоном будет пересечение двух ограничительных диапазонов: общего и канального. Объединение по типу «ИЛИ» соответствует операции логического сложения, т.е. результирующим диапазоном будет и общий, и канальный диапазон. После изменения ограничений размещения по каналу следует нажать на кнопку «Сохранить», находящуюся справа от введенных дат, для того, чтобы изменения были приняты.

Чтобы ограничить размещение по заказу, необходимо в поле «Ограничить размещение оп заказу» выбрать клиента, канал, договор и требуемый заказ, после чего в полях «С» и «по» отобразятся даты, в которых в данный момент разрешено размещение по выбранному заказу, в поле «Тип» будет указан способ объединения ограничений по заказу с другими ограничениями, а в поле «Порядок» будет указана последовательность объединения всех трёх ограничений. По умолчанию порядок равен 2-3-1, т.е. сначала объединяются второе и третье ограничения (по каналу и по заказу), а потом их результат объединяется с первым ограничением (на общем уровне). Возможны также порядки объединения 1-2-3 и 1-3-2. После изменения ограничений размещения по заказу следует нажать на кнопку «Сохранить», находящуюся справа от введённых дат, для того, чтобы изменения были приняты.

Например, на рис. 64 показаны выставленные ограничения доступа к таблице размещения по диапазону дат на общем уровне, на уровне канала и на уровне заказа.

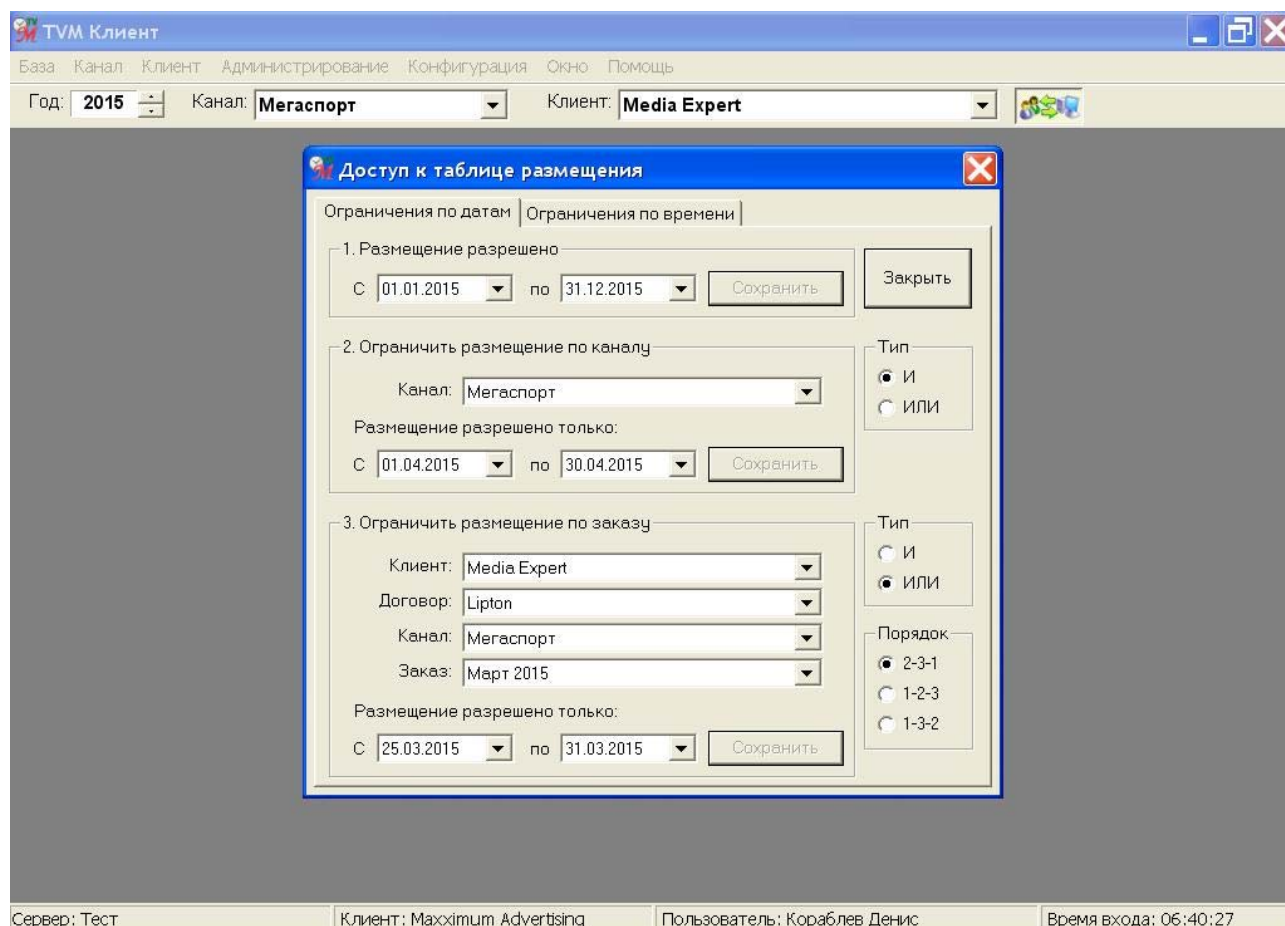


Рисунок 64. Ограничение доступа к таблице размещения по датам

Из примера видно, что на общем уровне доступ разрешён с 01.01.15 по 31.12.15 включительно. Для размещения на канале «Мегаспорт» доступ разрешён с 01.04.15 по 30.04.15. Для размещения на этом же канале по заказу «Март 2015» в рамках договора «Lipton» клиента «Media Expert» доступ разрешён с 25.03.15 по 31.03.15. Порядок объединения ограничений: 2-3-1.

Ограничение по заказу присоединяется по типу «ИЛИ», а ограничение по каналу – по типу «И». Результирующее ограничение определяется следующим образом: 1) сначала объединяются 2 и 3 ограничение по типу «ИЛИ» (01.04.15-30.04.15 ИЛИ 25.03.15-31.03.15 = 25.03.15-30.04.15); 2) результат объединения объединяется с первым ограничением по типу «И» (25.03.15-30.04.15 И 01.01.15-31.12.15 = 25.03.15-30.04.15). Итого, в рамках заказа «Март 2015» размещение разрешено с 25.03.15 по 30.04.15.

В закладке «Ограничения по времени» осуществляется регулирование доступа по диапазону времени в течение дня (см. рис. 65). Ограничение доступа здесь представляет собой два значения времени, в формате часы / минуты, начиная с которого и заканчивая которым (включительно) пользователям разрешено изменение таблицы размещения. **Время ограничений указано по часам сервера!** Диапазоны времени задаются отдельно для каждого класса вытеснения (Spot, Fix, Float, Npr). Если кнопка-переключатель слева от соответствующего класса вытеснения не выбрана, то ограничение для этого класса не задано (т.е. размещение разрешено в любое время суток). В противном случае, если кнопка-переключатель выбрана, то ограничение для этого класса задано.

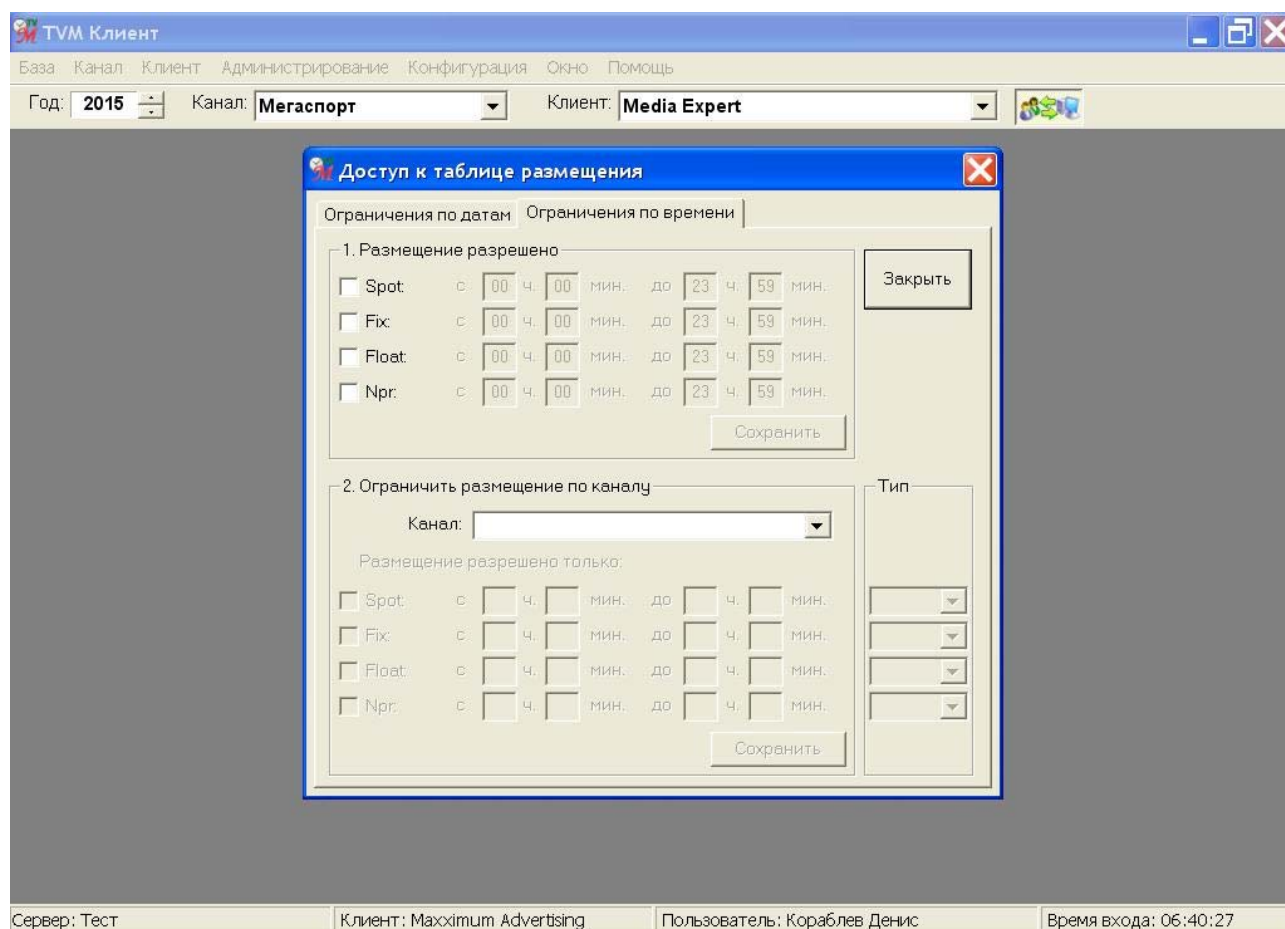


Рисунок 65. Ограничение доступа к таблице размещения по времени

Диапазон времени с одинаковыми значениями времени (например, с 00:00 до 00:00) запрещает размещение в течение всего дня. Если номер минуты, с которой размещение разрешено, больше номера минуты, с которой

размещение запрещено, то размещение разрешено с первой минуты до полуночи и после полуночи до второй минуты, не включая вторую минуту.

В поле «Размещение размещено» устанавливается ограничение на общем уровне, действующее для всех каналов. Необходимо задать требуемую комбинацию классов вытеснения, которые ограничиваются, установить по каждому классу диапазон времени, после чего нажать на кнопку «Сохранить», находящуюся снизу от введенных диапазонов времени, для того, чтобы изменения были приняты.

Чтобы ограничить размещение по каналу, необходимо в поле «Ограничить размещение по каналу» выбрать требуемый канал, после чего в полях «Размещение разрешено только:» отобразятся диапазоны времени для каждого из классов вытеснения, в которых в данный момент ограничено размещение на выбранном канале, а в полях «Тип» будут указаны способы объединения ограничений по каналу с общими ограничениями в соответствующих классах. Объединение по типу «И» соответствует операции логического умножения, т.е. результирующим диапазоном будет пересечение двух ограничительных диапазонов: общего и канального. Объединение по типу «ИЛИ» соответствует операции логического сложения, т.е. результирующим диапазоном будет и общий, и канальный диапазон. Объединение по типу « $1 * 0$ » предписывает использовать только ограничение по каналу (не учитывать вообще ограничение на общем уровне). После изменения ограничений необходимо нажать на кнопку «Сохранить», находящуюся снизу от введенных диапазонов времени, для того, чтобы изменения были приняты.

Следует отметить, что ограничение на размещение по диапазону времени проверяется только после успешной проверки ограничений по диапазону дат, относится только к постановке и удалению видеороликов (не относится к изменению порядка следования видеороликов и изменению рейтингов рекламных блоков) и не распространяется на тех пользователей, у которых выставлено право «Доступ всегда».

9. Работа с серверной частью Программы

Серверная часть Программы представляет собой обычное выполняемое приложение Windows, которое обеспечивает удалённое взаимодействие клиентских частей Программы с общей базой данных.

Для сетевого взаимодействия с клиентскими частями сервер «ТВ Маркет» использует собственный протокол высокого уровня, работающий на основе сетевых протоколов TCP/IP, и два порта TCP (по умолчанию 8357 и 8358). Весь сетевой трафик между сервером и клиентами шифруется на основе одноразовых паролей, действующих в течение одного сеанса связи с сервером.

Для взаимодействия с базой данных сервер «ТВ Маркет» использует менеджер ODBC, поэтому перед первым запуском сервера в его системное окружение в обязательном порядке необходимо добавить новый источник данных ODBC, сконфигурированный на подключение к базе данных «ТВ Маркет».

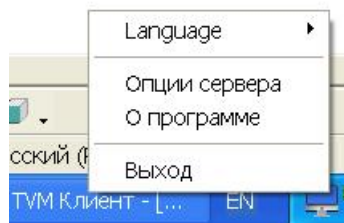
9.1. Запуск и останов сервера Программы

Для запуска сервера «ТВ Маркет» необходимо запустить его основной файл TVM Server.exe либо запустить файл загрузчика сервера TVMstart.exe. Более безопасным способом запуска сервера является запуск через файл загрузчика, поскольку загрузчик выполняет дополнительные проверки, исключающие одновременный запуск в системе нескольких экземпляров сервера (что могло бы вызвать ошибку и заблокировать дальнейшую работу сервера до вмешательства системного администратора).

После успешного запуска серверной части Программы в системном лотке Windows (System Tray) появится его иконка , свидетельствующая о том, что сервер «ТВ Маркет» работает.

После подключения к этому серверу первого клиента цвет экрана на иконке изменится с чёрного на голубой . Когда от сервера отключится последний клиент, его иконка опять примет исходный вид .

Во время получения сервером входящего сетевого запроса от клиента цвет экрана на его иконке становится тёмно-жёлтым . Во время обработки сетевого запроса от клиента и формирования сетевого ответа цвет экрана на иконке сервера становится жёлтым . Во время передачи сервером сетевого ответа клиенту на его сетевой запрос цвет экрана на иконке сервера становится светло-жёлтым . Поскольку получение сервером сетевого запроса, его обработка и отправка клиенту сетевого ответа выполняются достаточно быстро, то смена цвета экрана на иконке сервера внешне выглядит как её мигание.



Если во время работы сервера щёлкнуть правой кнопкой мыши на его иконке в системном лотке, то на экране будет отображено контекстное меню сервера, содержащее ряд пунктов по его настройке и управлению (см. рис. слева).

Для останова работающего сервера необходимо в контекстном меню сервера выбрать пункт «Выход». В ответ пользователю будет предложено подтвердить останов сервера, и после получения такого подтверждения сервер будет остановлен. Вторым вариантом останова работающего сервера есть запуск файла TVMstop.exe, который останавливает сервер без каких-либо дополнительных подтверждений.

9.2. Автоматический повторный старт сервера

Серверная часть Программы построена таким образом, что в случае своего некорректного завершения она инициирует свой повторный рестарт. Для этого работающий сервер запускает дополнительный процесс под именем TVMgard.exe, который, в свою очередь, контролирует нормальное завершение сервера.

В случае, когда сервер завершается некорректно (не через пункт меню «Выход» и не через файл TVMstop.exe), процесс TVMgard.exe спустя несколько секунд автоматически производит повторный запуск сервера. Исключение

составляет случай, когда перед очередным некорректным завершением сервера уже было два автоматических рестарта с интервалами между ними менее двух минут. В этом случае автоматический рестарт сервера больше не осуществляется и более того – сам контролирующий процесс TVMgard.exe останавливается.

Для управления контролирующим процессом необходимо запустить файл TVMgard.exe, передав ему в командной строке одну из поддерживаемых команд. Если же в момент запуска этого файла командная строка пуста или содержит некорректную команду, файл завершит свою работу, не производя никаких действий.

Программа поддерживает три управляющие команды для файла TVMgard.exe:

- *TVMgard.exe start* – производит запуск системы автоматического рестарта сервера;
- *TVMgard.exe stop* – останавливает работу системы автоматического рестарта сервера, если она выполняется, но основной процесс TVM Server.exe не запущен;
- *TVMgard.exe restart* – останавливает работу системы автоматического рестарта сервера, если она выполняется, но основной процесс TVM Server.exe не запущен, после чего производит запуск системы автоматического рестарта сервера.

9.3. Настройка конфигурации сервера

Просмотр и редактирование настроек конфигурации сервера осуществляется через выбор пункта «Опции сервера» его контекстного меню либо через двойной щелчок левой кнопкой мыши по иконке сервера. В ответ на это действие на экране отображается соответствующая форма (см. рис. 66).

Эта форма содержит поля для выбора языка интерфейса и языка протокола, задания параметров доступа к серверу (общего и ограничительного уровней) и доступа к таблице размещения (ограничение по диапазону дат общего уровня), установки режима вытеснения видеороликов, задания точности рейтингов GRP (в знаках после запятой), выбора способа определения стоимости в прайс-листах, способа работы с кодами видеороликов, управления сообщениями сервера и протоколированием его работы, а также установки действующих ограничений по рекламе.

Поле «Язык интерфейса» позволяет сменить язык всех сообщений сервера, отображаемых на экране. В текущей версии Программы единственным языком интерфейса является русский язык. Альтернативным вариантом смены языка интерфейса есть выбор языка в пункте меню «Language» контекстного меню сервера.

Поле «Язык протокола» позволяет сменить язык всех сообщений сервера, записываемых в файлы его протокола. В текущей версии Программы единственным языком протокола является русский язык.

Поле «Доступ к серверу» содержит ограничения общего уровня по доступу к серверу и задаёт промежуток времени, в течение которого доступ к серверу будет разрешён. При этом, доступ к серверу может быть разрешён в любой день недели или только по будням. В этом поле всегда содержатся копии тех значений, которые устанавливаются в настройках доступа к серверу общего уровня из-под клиентской части Программы (см. п. 8.5. Регулирование доступа к серверу). В примере на рис. 66 доступ к серверу разрешён каждый день недели с 00:00 по 23:59 включительно (т.е. в течение всего дня).

Поле «Запретить доступ к серверу» позволяет установить промежуток времени, в течение которого доступ к серверу будет запрещён для всех пользователей, кроме администраторов. В этом поле всегда содержатся копии тех значений, которые устанавливаются в настройках доступа к серверу ограничительного уровня из-под клиентской части Программы (см. п. 8.5. Регулирование доступа к серверу). В примере на рис. 66 задано значение с 00:00 до 00:00, что означает, что доступ к серверу не ограничен.

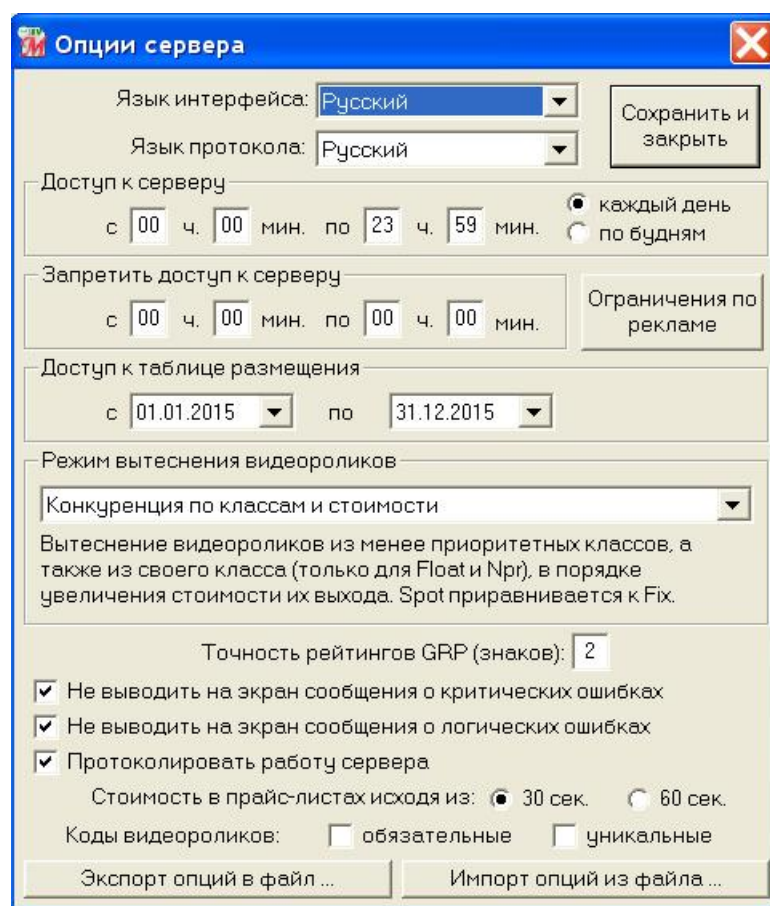


Рисунок 66. Настройка конфигурации сервера

Поле «Доступ к таблице размещения» содержит ограничения общего уровня по доступу к таблицам размещения и задаёт диапазон дат, в течение которых доступ к таблицам размещения будет разрешён. В этом поле всегда содержатся копии тех значений, которые устанавливаются в настройках доступа к таблицам размещения по диапазону дат общего уровня из-под клиентской части Программы (см. п. 8.6. Регулирование доступа к таблицам

размещения). В примере на рис. 66 доступ к таблицам размещения разрешён с 1 января по 31 декабря 2015 года включительно.

Поле «Режим вытеснения видеороликов» позволяет выбрать рабочую схему вытеснения видеороликов, действующую одинаково в пределах всей сети клиентов. Механизм вытеснения вступает в работу при попытке пользователя разместить в рекламном блоке видеоролик, хронометраж которого больше, чем оставшееся время в этом блоке. В этом случае Программа анализирует содержимое рекламного блока, определяет комбинацию из наименее приоритетных видеороликов в нём (используя установленную схему вытеснения) минимальной суммарной длительности, при удалении которой из блока освободится время, достаточное для размещения нового видеоролика. Если такую комбинацию составить невозможно, видеоролик не может быть добавлен в рекламный блок. Таким образом, рабочая схема вытеснения устанавливает правила, по которым определяются приоритеты видеороликов в рекламном блоке.

Текущая версия Программы позволяет установить одну из четырёх схем вытеснения:

- конкуренция по классам;
- конкуренция по классам и стоимости;
- конкуренция по ценам;
- конкуренция по ценам и классам.

При схеме «Конкуренция по классам» приоритет видеоролика определяется исходя из его класса вытеснения. Наиболее приоритетным в этой схеме является класс вытеснения Spot, затем идёт Fix, потом – Float, и наименее приоритетным классом является Npr. Комбинация вытесняемых видеороликов составляется только из видеороликов с более низким классом вытеснения, чем у добавляемого в рекламный блок видеоролика, которые располагаются в последовательности по мере увеличения цен их заказов. Вытесняется минимальное число видеороликов от начала этой последовательности, которое будет достаточным для того, чтобы разместить добавляемый в рекламный блок видеоролик.

При схеме «Конкуренция по классам и стоимости» приоритет видеоролика определяется исходя из его класса вытеснения следующим образом: Spot и Fix имеют одинаковый наивысший приоритет, затем идёт Float, и наименьший приоритет имеет Npr. Последовательность вытесняемых видеороликов при размещении видеоролика с классом вытеснения Spot или Fix составляется только из видеороликов с более низким классом вытеснения. При размещении видеоролика с классом Float или Npr последовательность составляется только из видеороликов с более низким или одинаковым классом вытеснения. Видеоролики в последовательности располагаются в порядке увеличения стоимости их выхода. Вытесняется минимальное число видеороликов от начала этой последовательности, которое будет достаточным для того, чтобы разместить добавляемый в рекламный блок видеоролик.

При схеме «Конкуренция по ценам и классам» приоритет видеоролика определяется исходя из его класса вытеснения следующим образом: наиболее

приоритетным является класс вытеснения Spot, затем идёт Fix, потом – Float, и наименее приоритетным классом является Npr. Последовательность вытесняемых видеороликов составляется только из видеороликов с более низким или одинаковым классом вытеснения. Видеоролики в последовательности располагаются в порядке увеличения цен их заказов. Вытесняется минимальное число видеороликов от начала этой последовательности, которое будет достаточным для того, чтобы разместить добавляемый в рекламный блок видеоролик.

При схеме «Конкуренция по ценам» приоритет видеоролика определяется только исходя из цены его заказа. Последовательность вытесняемых видеороликов составляется из видеороликов с меньшей ценой заказа, чем у добавляемого видеоролика, в порядке увеличения цен их заказов. Вытесняется минимальное число видеороликов от начала этой последовательности, которое будет достаточным для того, чтобы разместить добавляемый в рекламный блок видеоролик. В этой схеме различие в классах вытеснения игнорируется.

Поле «Точность рейтингов GRP» позволяет установить точность округления рейтингов GRP, в знаках после запятой, и может принимать значения от 1 до 6 знаков включительно. По умолчанию установленная точность рейтингов составляет 2 знака после запятой.

Поля «Не выводить на экран сообщения о критических ошибках» и «Не выводить на экран сообщения о логических ошибках» позволяют подавить вывод на экран сообщений о всех критических и логических ошибках в серверном модуле. Критическая ошибка исключает дальнейшую работу сервера и требует его повторный запуск, в то время, как логическая ошибка позволяет продолжить работу сервера. Однако вывод на экран таких сообщений сопровождается блокированием работы сервера до соответствующей реакции со стороны системного администратора, поэтому в случае с критической ошибкой становится невозможным повторный автоматический рестарт сервера, а в случае с логической ошибкой – дальнейшая обработка сетевых запросов клиентов. Подавление вывода сообщений о критических ошибках даст возможность сработать системе автоматического рестарта сервера. Подавление вывода сообщений о логических ошибках даст возможность продолжить нормальную работу сервера. Саму информацию о возникшей ошибке можно узнать из файлов журнала сервера (текстовый файл `server.log`) и протокола его работы (содержимое папки `report`). Рекомендуется подавлять оба типа сообщений.

Поле «Протоколировать работу сервера» управляет возможностью ведения сервером протокола своей работы с отражением в нём в текстовом виде всех основных своих действий. Файлы протокола концентрируются в папке `report` и могут иметь имена в формате `rep0000.log`, `rep0001.log` и т.д. до `rep9999.log` включительно (максимум 10000 файлов). Новые файлы протокола создаются автоматически по мере достижения предыдущим файлом своего максимального размера. Максимальный размер каждого файла ограничен 1Мб, поэтому общий размер протокола сервера не может быть больше 9,8 Тб. После заполнения файла `rep9999.log` последующие данные будут писаться снова в

файл ger0000.log с удалением предыдущего его содержимого (и так по кругу). В папке report существует также рабочий файл index.log, содержащий единственное число – номер файла протокола, в который в данный момент осуществляется вывод данных. Если поле «Протоколировать работу сервера» не выбрано, протокол вестись не будет. Рекомендуется всегда протоколировать работу сервера.

Поле «Стоимость в прайс-листах» позволяет задать способ привязки стоимости в прайс-листах к 30 секундам рекламного времени или к 60 секундам рекламного времени. По умолчанию стоимость указана к 30 секундам. Эта опция не влияет на содержимое стоимости прайс-листов, а только на способ её отображения на экране. Поэтому значение этой опции может быть без вреда для Программы изменяться в любой момент времени.

Поле «Коды видеороликов» позволяет задать обязательность и уникальность кодов видеороликов в системе. Если коды видеороликов обязательны, то клиентская часть Программы не даст пользователю возможность создать новый видеоролик без указания его условного кода. В противном случае в базе данных могут существовать видеоролики без кодов. Если коды видеороликов уникальны, то клиентская часть Программы не даст пользователю возможность создать или отредактировать у видеоролика условный код, который имеет другой видеоролик в базе данных. В противном случае несколько видеороликов в базе данных могут иметь одинаковые условные коды.

Кнопка «Ограничения по рекламе» позволяет пользователю просмотреть и отредактировать существующие в системе законодательные ограничения по рекламе. При её нажатии на экране будет отображена дополнительная форма (см. рис. 67).

В её поле «Действующие ограничения» в текстовом виде описаны все действующие в данный момент условия ограничений. Щёлкая левой кнопкой мыши по ним, можно выделить одно из них. После этого станет активной кнопка «Удалить», которая позволяет удалить выделенное условие, и кнопки со стрелками вверх и вниз, которые позволяют перемещать выделенное условие вверх и вниз по списку. Порядок условий в списке имеет значение, поскольку условия проверяются только в этой последовательности.

Поля в группе элементов «Условия» позволяют создать и добавить в список новое условие. Необходимо указать время действия нового условия (при этом, значение 00:00 – 00:00 означает действие в течение всех суток), контролируемые ограничения (максимальное количество групп рекламных блоков в час и (или) максимальный часовой хронометраж рекламных блоков), выбрать комбинацию типов рекламных блоков, на которые будет распространяться новое условие, способ определения часовых промежутков для него (фиксированные или плавающие), а также способ реагирования на нарушение этого условия (запрет сохранения телесетки или только информирование пользователя без такого запрета). После этого необходимо нажать на кнопку «Добавить», чтобы перенести введённое условие в конец

списка созданных условий. Максимально в списке может быть задано до 8 условий включительно.

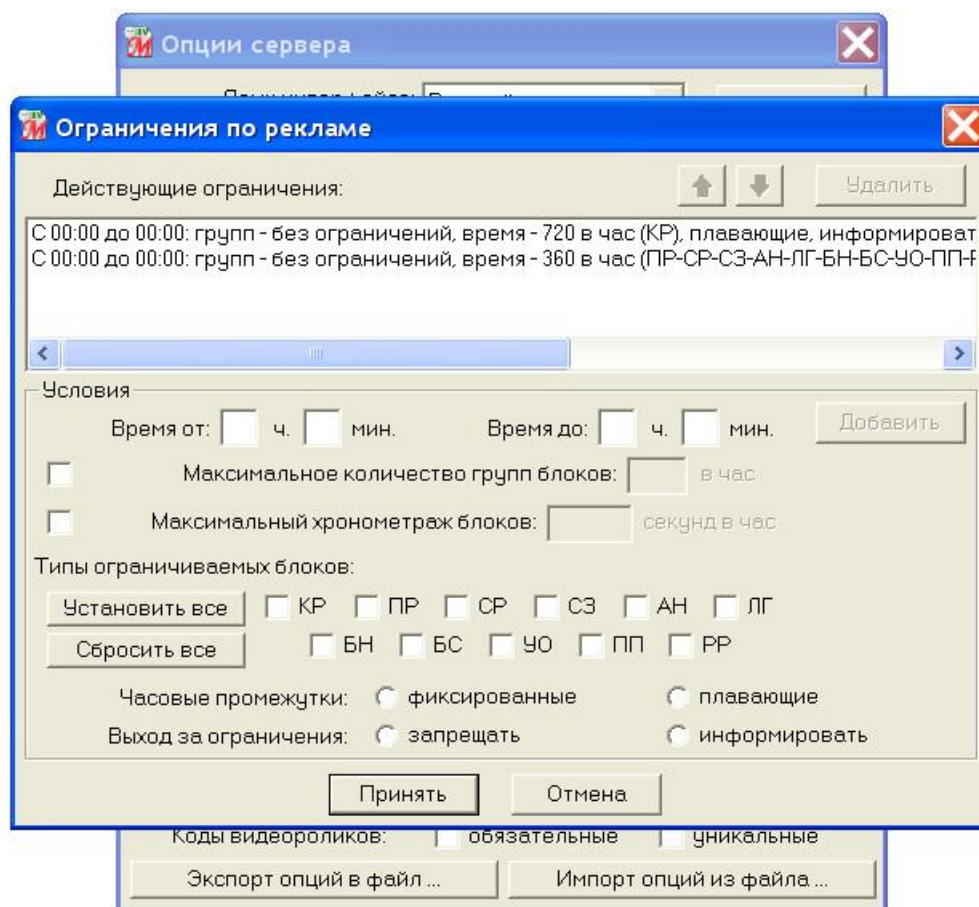


Рисунок 67. Редактирование ограничений по рекламе

Подробнее об ограничениях по рекламе см. в п. 4.12. Проверка телесетки на соответствие ограничениям по рекламе.

После завершения редактирования списка условий по ограничению рекламы для их сохранения в параметрах сервера необходимо нажать на кнопку «Принять». Для отмены такого сохранения необходимо нажать на кнопку «Отмена». И в том, и другом случае дополнительная форма закроется.

Существует возможность выгрузить всю комбинацию параметров, выставленную в данный момент в форме опций сервера (включая ограничения по рекламе), во внешний файл собственного формата. Для этого необходимо нажать на кнопку «Экспорт опций в файл ...», после чего в раскрывшейся в ответ на это действие форме указать путь и имя создаваемого файла, а затем нажать на кнопку «Сохранить».

Для загрузки из внешнего файла комбинации сохранённых ранее параметров сервера необходимо нажать на кнопку «Импорт опций из файла ...», после чего в раскрывшейся в ответ на это действие форме указать путь и имя загружаемого файла, а затем нажать на кнопку «Открыть».

Для применения текущих параметров конфигурации сервера необходимо нажать на кнопку «Сохранить и закрыть», расположенную в правом верхнем углу формы опций сервера. Если необходимо отменить все выполненные

изменения параметров, следует закрыть форму через стандартную кнопку закрытия окна Windows.

9.4. Переменные конфигурации

Отдельную часть конфигурации сервера «ТВ Маркет» составляет группа конфигурационных переменных, находящихся в таблице *formats* его базы данных. Каждая переменная из этой группы имеет собственное имя (строка длиной до 16 символов включительно) и закреплённое за ней значение (строка длиной до 256 символов включительно). Редактирование переменных конфигурации осуществляется администраторами системы напрямую в этой таблице базы данных.

К конфигурационным переменным относятся:

I. Переменные минимальных оплачиваемых хронометражей видеороликов для разных типов рекламных блоков. Эти переменные имеют имена *minKR* (для блоков коммерческой рекламы), *minPR* (политическая реклама), *minSR* (социальная реклама), *minRR* (региональная реклама), *minSZ* (спонсорская заставка), *minPP* (партнёр показа), *minAN* (анонс), *minLG* (логотип), *minBn* (баннер), *minBS* (бегущая строка) и *minUO* (устное объявление). В качестве значения каждая из этих переменных хранит в текстовом виде целое положительное число, задающее минимальный оплачиваемый хронометраж для соответствующего типа рекламных блоков. Если в качестве числа указан 0, то это означает, что для данного типа рекламных блоков минимальный оплачиваемый хронометраж не установлен.

II. Переменные формул прогрессивных наценок за закрепление на фиксированных позициях в рекламных блоках коротких видеороликов. Эти переменные имеют имена *coef-1F* (для позиции +1F), *coef-2F* (для позиции +2F), *coef-3F* (для позиции +3F), *coef-3B* (для позиции 3B+), *coef-2B* (для позиции 2B+), *coef-1B* (для позиции 1B+). В качестве значения каждая из этих переменных хранит строку в формате:

$$[h_1 - h_2] = a + b / x \text{ или } [h_1 - h_2] * a + b / x$$

, где вместо h_1 и h_2 указаны целые положительные числа, а вместо a и b указаны вещественные числа, означающие:

h_1 – минимальный хронометраж видеоролика, на который распространяется действие формулы; h_2 – максимальный хронометраж видеоролика, на который распространяется действие формулы; a – первый коэффициент; b – второй коэффициент.

Если в строке используется символ $=$, то рассчитанное значение представляет собой сам коэффициент наценки за фиксацию видеоролика. Если в строке используется символ $*$, то рассчитанное значение представляет собой коэффициент, на который умножается коэффициент наценки за фиксацию

видеоролика, указанный в заказе фиксируемого видеоролика для данной фиксированной позиции.

Например, строка $[0-29]=1+9/x$ устанавливает для видеороликов с хронометражем от 0 до 29 секунд включительно формулу прогрессивного коэффициента $1+9/x$, где x – хронометраж видеоролика (в секундах / символах). Если видеоролик имеет хронометраж 10 сек., он попадает под действие этой формулы и коэффициент наценки за фиксацию будет $1+9/10 = 1,9$.

Если бы в качестве формулы была указана строка $[0-29]*1+9/x$, то для 10-секундного видеоролика, размещаемого по заказу с коэффициентом 1,2 для данной фиксированной позиции, рассчитанный прогрессивный коэффициент 1,9 дополнительно умножался бы на коэффициент фиксации, указанный в заказе: $1,9 * 1,2 = 2,28$.

Если в качестве h_1 и h_2 указаны нули, то это означает, что для данной фиксированной позиции прогрессивные коэффициенты наценки не используются.

III. Переменная *videocode*, устанавливающая формат кодов видеороликов.

Если переменная содержит пустую строку, то это означает, что каких-либо требований к формату кодов видеороликов не предъявляется.

В противном случае, если строка не пустая, она определяет формат кода видеоролика, записанный в виде регулярного выражения.

Регулярное выражение представляет собой строку, которая содержит внутри себя искомые последовательности символов (литералы) и специальные операторы (метасимволы).

Это выражение состоит из определённого числа фрагментов, каждый из которых описывает очередной символ в просматриваемой последовательности. В общем случае каждый фрагмент регулярного выражения имеет следующий формат:

$[класс]\{квантор\}$

Класс задаёт комбинацию символов, каждый из которых может находиться в качестве очередного символа строки, чтобы соответствовать этому фрагменту регулярного выражения.

В самом простом варианте, когда класс включает в себя только один символ, квадратные скобки могут опускаться. В таком случае фрагмент имеет формат:

$символ\{квантор\}$

Комбинация символов внутри класса описывается непосредственным включением этих символов внутрь квадратных скобок. Если в качестве класса необходимо перечислить символы, которых не должно быть на данной позиции, после левой скобки в описании класса должен находиться знак инверсии класса $^$. В таком случае описание инверсного класса имеет формат:

$[^класс]$

Не допускается применение с целью инверсии знака $^$ перед одиночным символом вне скобок класса по типу:

$^символ$

В этом случае знак $\wedge$ интерпретируется как оператор проверки соответствия началу строки (т.е. нахождению указателя перед первым символом просматриваемой последовательности или после символа перевода строки) как необходимое условие соответствия регулярному выражению.

Кроме того, вне класса может использоваться метасимвол $\$$, который является оператором проверки соответствия концу строки (т.е. нахождению указателя после последнего символа или перед символами перевода строки) как необходимое условие соответствия регулярному выражению.

Комбинацию символов внутри класса можно задать не только одиночным символом, но и диапазонами символов, каждый из которых указывается в формате:

символ-символ

Например, для указания в качестве класса всех символов латинского алфавита (строчных и заглавных), всех цифр и знака подчеркивания необходимо использовать последовательность:

[A-Za-z0-9_]

Для задания внутри класса знака «дефис» он должен находиться первым символом в классе. Например, класс «любая цифра или дефис» имеет формат:

[-0-9]

В качестве одиночного символа (не внутри класса) может использоваться специальный оператор «точка»:

.

Этот оператор означает любой символ, кроме символов перевода строки.

В качестве отдельных символов, а также внутри классов могут использоваться escape-последовательности, которым предшествует специальный оператор «обратная черта»:

\

Функция поддерживает следующие escape-последовательности:

Последовательность	Соответствие	Эквивалент
$\backslash n$	Соответствует n , где n – двухзначное шестнадцатеричное число. Позволяет использовать в регулярных выражениях ASCII-коды в пределах байта (от 00 до FF включительно).	Выражение $\backslash x41$ соответствует символу "A". Выражение $\backslash x041$ соответствует символу с кодом 04, за которым следует символ "1", (так как n должен содержать 2 цифры).
$\backslash f$	Символ перевода страницы.	Эквивалентен знаку $\backslash x0c$.
$\backslash n$	Символ перехода на новую строку.	Эквивалентен знаку $\backslash x0a$.
$\backslash r$	Символ возврата каретки.	Эквивалентен знаку $\backslash x0d$.
$\backslash t$	Символ табуляции.	Эквивалентен знаку $\backslash x09$.
$\backslash v$	Символ вертикальной табуляции.	Эквивалентен знаку $\backslash x0b$.
$\backslash .$	Символ «точка».	Эквивалентен знаку $\backslash x2e$.
$\backslash [$	Символ «левая квадратная скобка».	Эквивалентен знаку $\backslash x5b$.
$\backslash]$	Символ «правая квадратная скобка».	Эквивалентен знаку $\backslash x5d$.
$\backslash \{$	Символ «левая фигурная скобка».	Эквивалентен знаку $\backslash x7b$.
$\backslash \}$	Символ «правая фигурная скобка».	Эквивалентен знаку $\backslash x7d$.
$\backslash \backslash$	Символ «обратная косая черта».	Эквивалентен знаку $\backslash x5c$.

^	Символ «циркумфлекс».	Эквивалентен знаку \x5e.
\\$	Символ «доллар».	Эквивалентен знаку \x24.

Квантор всегда относится к предшествующему классу и представляет собой указание, сколько раз должны повторяться символы предшествующего класса в искомой строке. В общем виде квантор имеет следующий формат:

$\{n,m\}$

, где n и m – целые положительные числа в диапазоне от 0 до 65535 включительно, означающие минимальное и максимальное количество повторов включительно. Если n отлично от m , квантор будет диапазоным.

Для указания точного числа повторов квантор должен иметь формат:

$\{n\}$

, где n – целое положительное число в диапазоне от 0 до 65535 включительно. Квантор в этом случае не диапазонный.

Для указания числа повторов в формате «не менее, чем N» квантор должен иметь формат:

$\{n,\}$

, где n – целое положительное число в диапазоне от 0 до 65535 включительно. Квантор в этом случае будет диапазоным.

Квантор является необязательной частью фрагмента регулярного выражения. Его отсутствие во фрагменте эквивалентно использованию квантора:

$\{1\}$

Кванторы в этой версии Программы работают максимально (в т.н. жадном режиме)! Это означает, что если, например, строка *abab9ababab* проверяется на соответствие регулярному выражению $[a-z0-9]\{1,6\}ab[a-z0-9]$, то результатом будет подстрока *abab9aba* (как последовательность 5 любых символов, символов *ab* и 1 любого символа), а не, например, *abab9* (как последовательность 2 любых символов, символов *ab* и 1 любого символа).

В текущей версии Программы в регулярном выражении допускается использовать не более 64 диапазоных кванторов!

Например, регулярное выражение $R[0-9]\{4\}$ устанавливает формат кода видеороликов как 4 любых цифры, следующие за заглавной латинской буквой *R*.

Регулярное выражение $- \{0,1\}[0-9]\{1,4\}$ устанавливает формат кода видеороликов как последовательность цифр длиной от 1 до 4 включительно, перед которой может находиться (а может и отсутствовать) символ «минус». Это не совсем соответствует целому числу в диапазоне от -9999 до 9999 включительно, т.к. при этой схеме некоторые числовые коды, например, 3, 03, 003 и 0003 будут считаться соответствующими указанному формату и в то же время разными кодами.

IV. Переменная *videocode-auto*, управляющая автоматическим генерированием кодов видеороликов при их создании и возможностью дальнейшего редактирования пользователем сгенерированного кода.

Если переменная содержит пустую строку, то это означает, что автоматическое генерирование кодов видеороликов отключено (значение в базе данных по умолчанию).

В противном случае, если строка не пустая, она должна представлять собой описание формата кода видеоролика, генерируемого сервером автоматически при создании нового видеоролика.

Формат кода видеоролика из переменной *videocode-auto* представляет собой текстовую строку следующего вида:

$$RP = S$$

, где:

R – режим дальнейшего редактирования пользователем сгенерированного кода. На этом месте может находиться символ «восклицательный знак» *!*, если пользователь не имеет право изменить предложенный ему код видеоролика, или символ «вопросительный знак» *?*, если пользователь имеет право изменить его по собственному усмотрению в процессе последующего редактирования видеоролика (однако в рамках установленного формата кода в переменной *videocode*);

P – последовательность параметров генерирования. Параметры из этой последовательности по очереди будут подставлены в прилагаемый далее шаблон. Каждый параметр состоит из одного условного символа (кода параметра) и факультативного выражения, определяющего дополнительные операции над параметром. В данной версии программы поддерживаются следующие коды параметров:

- *i* – уникальный идентификатор видеоролика;
- *y* – год создания видеоролика;
- *m* – месяц создания видеоролика;
- *d* – день создания видеоролика;
- *c* – идентификатор клиента, которому принадлежит видеоролик;
- *u* – идентификатор пользователя, который создал видеоролик.

Факультативное выражение состоит из последовательности знаков операций и числовых констант, выполняемых над параметром последовательно слева направо. В данной версии программы поддерживаются следующие операторы:

Оператор	Описание
+	прибавить к параметру числовую константу (в пределах до 4294967296)
–	отнять от параметра числовую константу (в пределах до 4294967296);
*	умножить параметр на числовую константу (в пределах до 4294967296);
/	разделить нацело параметр на числовую константу (в пределах до 4294967296);
%	найти остаток от деления нацело параметра на числовую константу (в пределах до 4294967296)

S – Шаблон формата. Шаблон состоит из последовательности символов-констант и определённого количества аргументов, равного числу параметров генерирования. Вместо каждого очередного аргумента шаблона (слева направо)

подставляется очередной параметр из последовательности параметров. Каждый аргумент состоит из некоторого количества полей и имеет следующий формат:

`%[-][#][0][width][.precision]type`

, где:

`%` – символ-индикатор, означающий, что это описание очередного аргумента. Обязательное поле. Для того, чтобы в шаблоне указать вывод символа-константы `%`, необходимо повторить его дважды `%%`;

`-` – заполнить числовое значение аргумента справа пробелами или нулями, выравнивая его до указанной ширины *width* по левому краю. Если символ не указан, то числовое значение аргумента дополняется при необходимости пробелами или нулями слева, выравнивая его до указанной ширины *width* по правому краю. Необязательное поле;

`#` – вывести перед числовым значением префикс шестнадцатеричного числа (`0x` или `0X`). Необязательное поле;

`0` – дополнить числовое значение нулями до указанной длины *width*. Если символ не указан, то числовое значение аргумента будет дополняться пробелами до указанной длины *width*. Необязательное поле;

width – вывести в числовом значении не менее *width* цифр, где *width* – это целое положительное число. Если цифр в числовом значении меньше *width*, оно будет дополнено слева или справа нулями или пробелами (в зависимости от указанных полей). Необязательное поле;

.precision – задать количество цифр в числовом значении после запятой не менее *precision* цифр, где *precision* – это целое положительное число. Если цифр в числовом значении меньше *precision*, оно будет дополнено нулями или пробелами. Необязательное поле;

type – тип аргумента. Обязательное поле. Поддерживаются следующие типы аргументов:

Тип	Описание
<i>c</i>	Одиночный символ с кодом, равным числовому значению. Если числовое значение равно 0, то символ будет отсутствовать. Числовое значение в пределах от 0 до 255 включительно.
<i>C</i>	Одиночный символ с кодом, равным числовому значению. Если числовое значение равно 0, то символ будет отсутствовать. Числовое значение в пределах от 0 до 65535 включительно.
<i>d</i>	Десятичное целое число со знаком. Тип эквивалентный типу <i>i</i> .
<i>i</i>	Десятичное целое число со знаком. Тип эквивалентный типу <i>d</i> .
<i>ld</i>	Длинное* десятичное целое число со знаком. Тип эквивалентный типу <i>li</i> .
<i>li</i>	Длинное десятичное целое число со знаком. Тип эквивалентный типу <i>ld</i> .
<i>lu</i>	Длинное десятичное положительное целое число.
<i>lx, lX</i>	Длинное шестнадцатеричное положительное целое число с малыми или большими латинскими буквами.
<i>u</i>	Десятичное положительное целое число.
<i>x, X</i>	Шестнадцатеричное положительное целое число с малыми или большими латинскими буквами.

* В этой версии Программы «длинные» числа совпадают с «обычными» числами. Все числа без знака имеют диапазон от 0 до 4294967295 включительно. Все числа со знаком имеют диапазон от -2147483648 до 2147483647 включительно.

Например, строка формата $?i+100y=R\%04lu-\%lu$ заставляет сервер генерировать коды видеороликов, которые пользователь в дальнейшем может изменить, в формате «R0123-2014», где первое число состоит из не менее 4 цифр и представляет собой идентификатор этого видеоролика, увеличенный на 100 и дополненный слева нулями, а второе число представляет собой год создания этого видеоролика.